PROPAGANDA

DISTRUZIONI PER L'USO

GUIDA SOVVERSIVA ALLA COMUNICAZIONE DAL BASSO

CU★DS

Se uno lancia un sasso,
il fatto costituisce reato.

"Wirft man einen Stein, so ist das eine strafbare Handlung.

Se vengono lanciati mille sassi, diventa un'azione politica.

Werden tausend Steine geworfen, ist das eine politische Aktion.

**Se si dà fuoco
a una macchina,
il fatto costituisce reato.**

Zündet man ein Auto an, ist das eine strafbare Handlung,

**Se invece si bruciano
centinaia di macchine,
diventa un'azione politica.**

werden hundert Autos angezündet, ist das eine politische Aktion.

PROTESTA
è quando dico, questo e quello, non mi vanno bene.

Protest ist, wenn ich sage, das und das paßt mir nicht.

RESISTENZA
è quando faccio in modo che quello che adesso non mi piace non succeda più.

Widerstand ist, wenn ich dafür sorge, daß das,
was mir nicht paßt, nicht länger geschieht."

~ Ulrike Meinhof ~

C'è un nesso indissolubile tra il *fare politica* e il *fare comunicazione,* forse sono addirittura la stessa cosa.

Il termine politica richiama quello greco antico *politiké*, che letteralmente significa "*che attiene alla pólis*", la città-stato, vuol dire anche "*arte di governare*" ed è in questo senso che emerge un importante elemento: la politica è (anche) ragionamento, capacità di argomentazione, abilità nell'uso del linguaggio, in una parola: comunicazione. Coltivata nella *pólis*, **la retorica**, l'arte del dire e del parlare, ma soprattutto del persuadere, è stata definita come il denominatore comune di tutta la civiltà occidentale e base di quella che possiamo chiamare comunicazione politica; Non è un caso che il suo studio fosse appannaggio esclusivo delle classi dominanti della società greca antica, che divideva i potenti (chi ha accesso all'arte della persuasione) dai sudditi (coloro che soccombono al potere ammaliante della parola).

Certo, la società in cui viviamo è un bel po' diversa da quella greca, ma forse meno di quello che potremmo pensare. Se comunicare è un atto spontaneo e inscindibile dalla vita (è un po' come respirare, chiunque lo fa, in ogni momento), studiare, conoscere, utilizzare e prima ancora riconoscere le tecniche e i metodi di persuasione è ancora oggi una prerogativa di chi ha accesso al sapere. Non serve di certo star qui a sottolineare l'abissale differenza che c'è tra un diritto universalmente riconosciuto e la sua effettiva applicazione.

Vogliamo mettere subito in chiaro una cosa:

questo libro non vuole essere un trattato sul potere della comunicazione politica, della sua storia né tanto meno un documento rivolto a nerd del settore, ma vuole armare chi ha il desiderio e la necessità di comunicare, o meglio, combattere.

La capacità di sfruttare le ambiguità del linguaggio e dei processi comunicativi è a tutti gli effetti un'arma molto potente, che troppo spesso tendiamo a sottovalutare o addirittura ignorare, come fosse una spiacevole, ma necessaria appendice al nostro fare politica.

Il senso di impotenza e di isolamento che sentiamo di fronte alle ingiustizie è esattamente il risultato dell'uso di quell'arma contro di noi. Anche quando non ne vediamo l'esercizio, ne sentiamo la pressione.

È un arma mentale, non solo convince ed converte, ma disarma e deprime: fa perdere la voglia e le ragioni per combattere o le istiga.

Sappiamo che questo parallelo bellico è spiacevole e si inserisce in un modo di intendere "la politica" squallido e prepotente (molto occidentale), sappiamo anche che parlare di controllo sociale/mentale non può che suscitare ilarità da gomplottismo e simili.

È certo che ci sia molta ignoranza e confusione a proposito del tema che stiamo per affrontare insieme, una sorta di stramba consapevolezza che da un lato ci fa usare la parola propaganda frequentemente (specialmente in tempi di conflitto come questi) e dall'altro lato ci fa presumere di essere impermeabili ai suoi effetti.

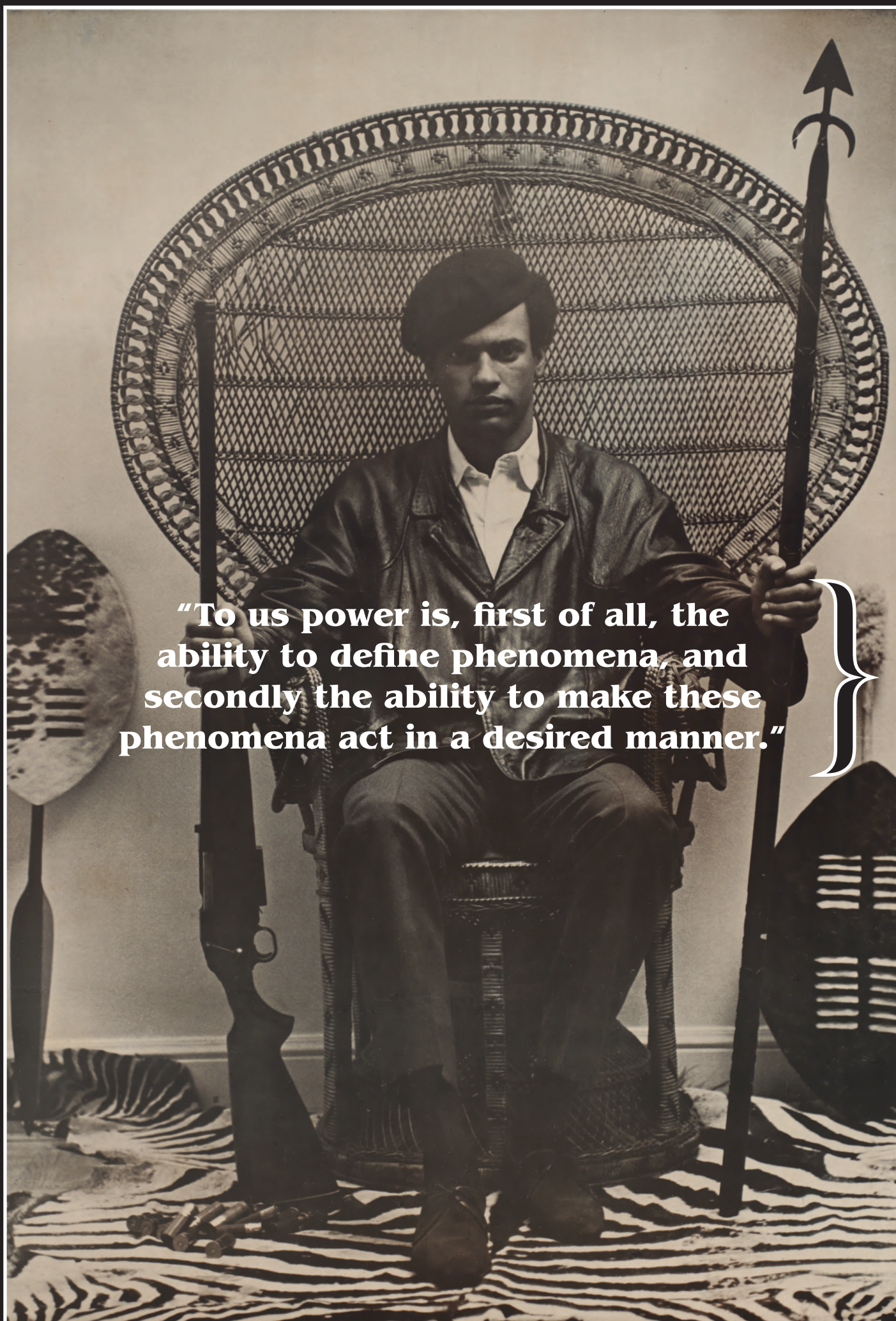
Facilmente etichettiamo come propaganda tutto ciò che esprime contenuti che non condividiamo, al contrario il valore dispregiativo, che in modo spontaneo sovrapponiamo a questo termine, svanisce nel momento in cui quello che leggiamo o vediamo ci piace o rafforza le nostre posizioni. Ma la realtà o la verità NON sono la materia di cui si occupa la propaganda, il suo compito è quello di mobilitare chi la percepisce ad agire in un certo modo con l'obiettivo di ampliare lo spazio di manovra di chi la confeziona: la sua materia è la legittimità. Poco importa se utilizza informazioni vere o informazioni false: l'uso e la diffusione di notizie false è solo uno dei tanti modi per costruire il consenso.

La questione è un bel po' più complessa di così, come potrai immaginare è molto difficile discutere l'argomento senza scadere in lunghe e complesse questioni apparentemente teoriche che per lo più risulterebbero incomprensibili o banalmente noiose.

Parlarne in modo approfondito richiede tantissimo studio, perenne aggiornamento e un approccio interdisciplinare che va dalla filosofia politica alla storia dell'arte, dalla psicanalisi al design applicato passando per le teorie della percezione e tutto quello che può stare nel mezzo. Questo è uno dei grandi problemi che proveremo ad affrontare con questa pubblicazione: partendo dal privilegio che abbiamo, tenteremo di guidarti nei meandri di questa questione così ingarbugliata, con l'obiettivo di redistribuire il sapere a cui abbiamo avuto accesso fornendo una serie di strumenti minimi e consigli pratici.

Vista la gravità della situazione che sentiamo di vivere, abbiamo preferito scegliere un approccio che tendesse ad un'applicabilità immediata dei discorsi che ti proporremo nelle prossime pagine e per questo motivo, onde evitare di perderci in chiacchiere, molte delle riflessioni da noi riportate non potranno che risultare parziali ed incomplete; come di nostra consuetudine abbiamo cercato di rendere il sapere e le conoscenze a cui facciamo riferimento accessibili ed ampliabili.

Abbiamo coscienza della natura dichiaratamente partigiana (suona meglio di faziosa vero?) di quello che stiamo scrivendo, ma non ci nasconderemo dietro ad una neutralità che non ci appartiene e sappiamo essere illusoria. Coerentemente alla nostra postura sovversiva, non possiamo che promuovere lo spazio della critica e del commento.

Questo è solo un punto di partenza, un primo perimetro per capire dove siamo, che non vuole dare indicazioni su dove andare, ma come poterci andare insieme.

– Huey P. Newton fotografato da Blair Stapp, 1968, Emeryville, California, USA –

"Per noi, **il potere** è, prima di tutto, l'abilità di definire i fenomeni, e secondariamente l'abilità di farli agire nella maniera desiderata"

~ Huey P. Newton~

Perché cominciare il nostro viaggio da qui?

Perché il caro Huey, che aveva fondato le **Pantere Nere** insieme a Bobby Seal neanche 5 anni prima di scrivere il saggio da cui è estratta questa frase, aveva centrato lo stramaledetto punto: il potere è la fusione del pensiero nell'azione e del loro perenne dialogo critico.

Scegliere di interferire nella vita altrui non è uno scherzo. È una questione molto seria e pericolosa, perché ha effetti molto profondi sulla realtà e le persone che ci circondano, imparare l'arte retorica, quindi della comunicazione politica, richiede una morale ferrea: così come puoi usare un'arma per autodifenderti o difendere chi e cosa ritieni giusto difendere, allo stesso modo puoi usarla per compiere un delitto.

Pubblicato in:
THE BLACK PANTHER
Intercommunal News Service
Vol VI n.19
BLACK CAPITALISM RE-ANALYZED
5 Giugno 1971

Scritto da:
Huey P. Newton, Ministro della difesa del Black Pather Party

Non è per nulla scontato che tu abbia lo stesso sistema valoriale di chi scrive e questo è un rischio non indifferente di cui abbiamo dovuto tenere conto, ma che abbiamo sentito il bisogno di assumerci. Tutto quello che abbiamo scritto, stiamo scrivendo e scriveremo e che speriamo tu comprenda, è che il potere a cui facciamo riferimento e di cui rivendichiamo l'esercizio, non è mosso dalla volontà del dominio, ma dal bisogno impellente della sua liberazione.

Questo potere, che ci è diffusamente e sistematicamente sottratto, è facilmente fraintendibile con quello meramente economico, che è un grande potere e di cui non possiamo contestare l'efficacia, ma non è l'unico, anzi in qualche modo è addirittura il più fragile.

La nostra sfida è provare a dimostrare che, al netto delle nostre condizioni materiali ed esistenziali, padroneggiando quest'arma mentale in modo diffuso e consapevole, i cambiamenti che auspichiamo e desideriamo non sono solo plausibili, ma persino possibili, perché le fonti di quel potere sono ovunque, accessibili a chiunque e costantemente a nostra disposizione. Solo che non le vediamo, o meglio, stanno ben attenti a non farcele vedere.

A CHI ESITA

AN DEN SCHWANKENDEN

Di **Bertolt Brecht**, 1935
trad. di R. Leiser e F. Fortini

Tu dici:
per noi va male. Il buio
cresce. Le forze scemano.
Dopo che si è lavorato tanti anni
noi siamo ora in una condizione
più difficile di quando
si era appena cominciato.

E il nemico ci sta innanzi
più potente che mai.
Sembra gli siano cresciute le forze. Ha preso
una apparenza invincibile.
E noi abbiamo commesso degli errori,
non si può negarlo.
Siamo sempre di meno. ***Le nostre***
parole d'ordine sono confuse. Una parte
delle nostre parole
le ha stravolte il nemico fino a renderle
irriconoscibili.

Che cosa è errato ora, falso, di quel che abbiamo detto?
Qualcosa o tutto? Su chi
contiamo ancora? Siamo dei sopravvissuti, respinti
via dalla corrente? Resteremo indietro, senza
comprendere più nessuno e da nessuno compresi?

O contare sulla buona sorte?

Questo tu chiedi. Non aspettarti
nessuna risposta
oltre la tua.

Du sagst:
Es steht schlecht um unsere Sache.
Die Finsternis nimmt zu. Die Kräfte nehmen ab.
Jetzt, nachdem wir so viele Jahre gearbeitet haben,
Sind wir in schwierigerer Lage als am Anfang.

Der Feind aber steht stärker da denn jemals.
Seine Kräfte scheinen gewachsen. Er hat ein unbesiegliches Aussehen angenommen.
Wir aber haben Fehler gemacht, es ist nicht mehr zu leugnen.
Unsere Zahl schwindet hin.
Unsere Parolen sind in Unordnung. Einen Teil unserer Wörter
Hat der Feind verdreht bis zur Unkenntlichkeit.

Was ist jetzt falsch von dem, was wir gesagt haben,
Einiges oder alles?
Auf wen rechnen wir noch? Sind wir Übriggebliebene, herausgeschleudert
Aus dem lebendigen Fluß? Werden wir zurückbleiben
Keinen mehr verstehend und von keinem verstanden?

Müssen wir Glück haben?

So fragst du. Erwarte
Keine andere Antwort als die deine.

Questa poesia, sebbene sia stata scritta nel 1935, riassume bene la condizione in cui ci troviamo ed evidenzia due aspetti che ci riguardano da molto vicino: la nostra depressione politica e la nostra difficoltà comunicativa, rilanciando però la sfida politica ed esistenziale che tocca chiunque si senta parte di quel NOI.

Cogliendo l'attualissima provocazione di Brecht e rifacendoci sempre all'intuizione di Newton, arriviamo al primo ed importantissimo strumento che ci servirà per affrontare tutti gli altri.

COSTRUISCI IL TUO VOCABOLARIO

Prova a chiedere a chi frequenti di dare una definizione di concetto a tua scelta: ti accorgerai subito della varietà di risposte che riceverai e di come, se provi a fare questo esercizio in gruppo informalmente, si accenderà la discussione e si sveleranno tutte le differenze interpersonali e dei rapporti di potere che le legano.

Osserva il clima competitivo che si innescherà. A che serve?

Non serve argomentare più tanto per poter dire con sicurezza che, anche tra noi, non abbiamo definizioni uguali dei termini che usiamo. Questa è una grande ricchezza per certi versi, perché permette la discussione e l'avanzamento delle riflessioni, ma sappiamo anche che spesso è proprio il dare per scontato il significato di certe parole che inceppa la nostra capacità di capirci, quindi di agire.

Sulle parole, come sulla complessità del linguaggio e della comunicazione in generale, c'è una guerra molto rumorosa e senza esclusione di colpi che inconsciamente combattiamo molto più tra noi, anche nelle conversazioni quotidiane e "non politiche", che verso chi ci opprime. Prima di arrivare a qualsiasi altra persona e ragionare sul come arrivarci, pertanto è fondamentale partire da noi e dalla nostra capacità di darci un metodo condiviso per la comprensione dei problemi che riscontriamo.

Tuttavia, la questione del metodo apre le porte ad un discorso molto ampio a cui dobbiamo dare il dovuto spazio, per questo, in virtù di quello che abbiamo appena detto, utilizzeremo un esempio:

PROPAG

GANDA

prima di girare pagina
prova a fare mente locale
quali parole puoi collegare?

prova a scrivercele accanto
collegandole con una freccia
è un esercizio più utile di quello che può sembrare

proviamo a darne una prima definizione

enciclopedie e dizionari sono ottimi strumenti per comicniare

Il termine propaganda corrisponde, in latino, al gerundivo del verbo *propagare* la cui traduzione è ***"le cose che devono essere diffuse, che devono essere fatte conoscere."*** Come definizione, appare immediatamente insufficiente se l'accostiamo alla galassia di senso che abbiamo provato a visualizzare con l'esercizio appena svolto.

La parola appare per la prima volta nel verbale che il 6 gennaio 1622 fondava la *"Congregatio de propaganda fide"*, uno dei dicasteri (ministeri) della Curia Romana, che aveva e ha tuttora il compito della cosiddetta evangelizzazione della fede cattolica nel mondo. È probabile che l'accezione negativa che le sovrapponiamo, derivi in origine dall'ostilità dei paesi protestanti nei confronti dell'opera della chiesa cattolica in quei territori, che viene amplificata dalla condanna moralmente trasversale dei **REGIMI TOTALITARI** che si affermarono nel corso del novecento e delle loro tristi imprese.

In tutta la storia occidentale abbondano i tentativi organizzati di direzionare il consenso popolare (sempre in funzione bellica), ma è solo a partire dalla prima guerra mondiale che questa attività viene pianificata su larga scala, diventando oggetto di discussione pubblica e di analisi scientifica. La propaganda, di fronte gli orrori di una guerra mai vista prima, costruita sulla partecipazione volontaria e all'allargamento del diritto di voto, comincia ad assumere i connotati negativi che la avvicinano alla menzogna e all'inganno, che anche oggi nell'immaginario comune ne limitano molto la visione al concetto di **FAKE NEWS** e alle sue dinamiche.

Se come istituzione esiste da 400 anni, è solo in tempi più recenti che si è provato a darne definizioni più esaustive considerandone la potenzialità e gli effetti, ricercandone i tratti distintivi e caratteristici.

La quantità di letteratura che è stata prodotta sul tema è impressionante.

Nell'Enciclopedia delle scienze sociali Treccani del 1997, il sociologo Denis McQuail prova a tirare le somme evidenziando la propaganda come una particolare tipologia di comunicazione che ha le seguenti caratteristiche:

a) l'attore della propaganda è **UN GRUPPO O UN'ORGANIZZAZIONE** che mira a realizzare o promuovere un proprio scopo o una propria causa e che dispone sovente di **RISORSE ECONOMICHE RILEVANTI E DI UN SIGNIFICATIVO SOSTEGNO SOCIALE**;

b) il termine si riferisce a una gamma assai vasta di attività e di scopi comunicazionali, sia socialmente positivi che moralmente condannabili; tutti rientrano nella categoria generale della **'PERSUASIONE'**;

c) la persuasione mira a **CAMBIARE (O RAFFORZARE) OPINIONI**, atteggiamenti e comportamenti nella direzione voluta dall'attore, nonché a **STRUTTURARE LA 'CONOSCENZA'** (cognizioni);

d) la propaganda è sempre **INDIRIZZATA A GRUPPI SPECIFICI**, sebbene i destinatari siano in genere gruppi assai ampi, a volte addirittura illimitati (intere popolazioni); sottogruppi specifici possono essere oggetto di approcci differenziali;

e) le pratiche comunicative della propaganda richiedono **COMPETENZE E TECNICHE PROFESSIONALI** e l'accesso a mezzi di comunicazione di vario tipo, ma in particolare ai **MASS MEDIA**;

f) la propaganda si svolge in un **CONTESTO COMPETITIVO E CONFLITTUALE**, sicché esiste sempre un'opposizione potenziale che occorre anticipare e neutralizzare con una contro-propaganda;

g) le tecniche comunicative impiegate vanno da quelle 'bianche' (in cui la 'verità' è il miglior argomento) a quelle 'nere', ma tutte implicano un grado variabile di occultamento, manipolazione, selettività ed **'ECONOMIA' RISPETTO ALLA VERITÀ**;

h) i messaggi possono implicare **DIVERSI GRADI DI COERCIZIONE O DI MINACCIA**, possono far leva sulla paura o appellarsi ad aspirazioni positive;

i) il processo comunicativo di solito si svolge in modo sistematico, coerente e cumulativo al fine di massimizzare l'effetto;

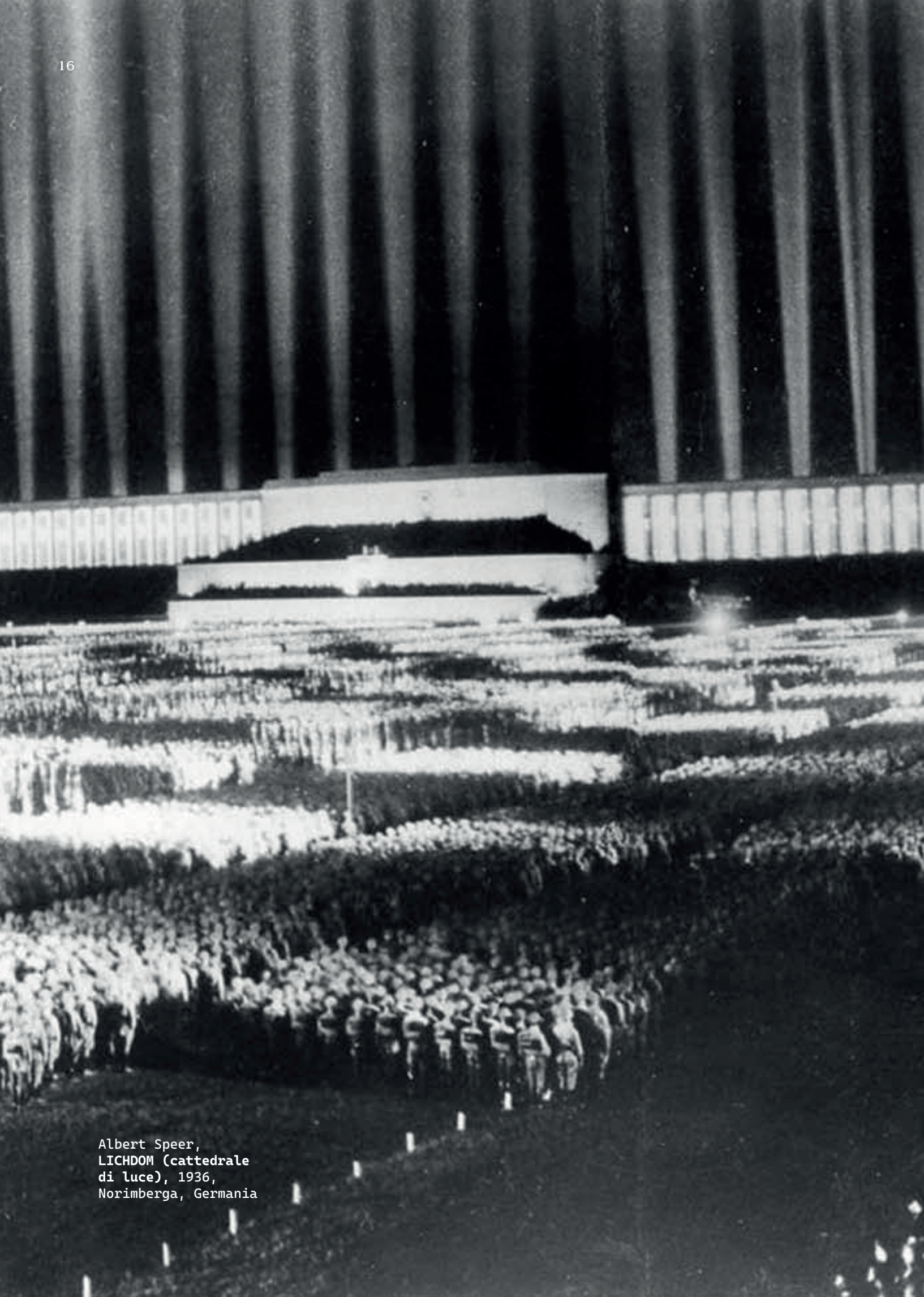
l) nella propaganda tipicamente **IL FINE GIUSTIFICA I MEZZI**, e per questa ragione si tratta di una forma di *comunicazione sospetta*.

m) tra mittente e destinatario sussiste in genere una **DISEGUAGLIANZA IN TERMINI DI POTERE**; la propaganda può essere considerata un tentativo di utilizzare una forma di potere sociale nell'interesse del mittente piuttosto che in quello del destinatario.

Per brevità, possiamo definire la propaganda come:

"l'attività di disseminazione di idee e informazioni con lo scopo di indurre a specifici atteggiamenti e azioni" ovvero **il "conscio, metodico e pianificato utilizzo di tecniche di persuasione per raggiungere specifici obiettivi atti a beneficiare coloro che organizzano il processo."**

Harwood L. Childs, **Propaganda, in Microsoft Encarta Encyclopedia,** 1998

Philip M. Taylor, **Munitions of the Mind. A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Day,** Manchester University Press, 2003

Albert Speer,
LICHDOM (cattedrale di luce), 1936,
Norimberga, Germania

Anonimo,
facciata di Palazzo Braschi, 1934, Roma

SI SI SI SI SI
SI SI SI SI SI
SI SI SI SI SI

Iosif Stalin ritratto nel 1924, il volto è butterato a causa del vaiolo che lo ammorbò da bambino

La stessa fotografia
pubblicata in una
rivista nel 1939

The Birth of a Nation / or. The Clansman
(La nascita di una nazione)
diretto da **D. W. Griffith**,
1915

IL POPOLO E' CON NOI

150 mila torinesi acclamano De Gasperi

« Votate tutti, perchè ogni voto è prezioso. Votate con coscienza, perchè ogni eletto sia un democratico sicuro, un uomo che rappresenti il popolo italiano ».

A CURA DELLA DEMOCRAZIA CRISTIANA (S.P.E.S.)

DA UNA CIRCOLA
COMUNIST

*del P.C.I. della Federa
Urbino in data 30 genna
siasi partito permetter
suoi iscritti del rispetto alle leggi? Sui muri e sui giornali strepitano poi inneggiando all'ordine, alla indipendenza alla pace, ecc.*

---

80 MI
RAPIT

**Le autorità grec
lonicco sono in po
documenti dai qu
che Markos, il ca
belli comunisti sta
zando il rapimento
bambini dai 3 ai**

Finora ne so

La stessa age

12 mila bambini

**Verranno istr
secondo i metodi**

**Essi sono stati
lottato sanguinosa
devono essere ma
slavia e 10 mila in**

OLARE
STA

In Italia sovente i comunisti si smascherano. Questo è un brano riportato integralmente da una circolare
derazione Provinciale di Pesaro
ennaio 1948. Come può un qual-
ettersi di stabilire un limite ai
et-
uri
ta-
al-
n-
cc.

2) eliminare completamente il conformismo legalitaristico, limitandosi a rispettare le leggi soltanto nella misura in cui rispecchiano gli interessi delle masse popolari, legando e trascinando nella lotta, contro le misure antidemocratiche del governo sia centrale che provinciale, tutto il Popolo.

...ILA BAMBINI GRECI ...ITI DAI COMUNISTI

Il più mostruoso delitto del dopoguerra

...reche di Sa-
... possesso di
... quali risulta
... capo dei ri-
... sta organiz-
...ento di 80.000
...3 ai 14 anni.
... sono stati deportati circa 7 mila da 59 villaggi.
...genzia comunista Jugoslava «Tanjug» ha ammesso che
...ni greci saranno trasferiti dietro il «sipario di ferro».
...istruiti alla scuola atea del marxismo e bolscevizzati
...odi russi.
...tati strappati alle loro famiglie che in alcuni casi hanno
...osamente prima di cedere. Degli 80.000 bambini 30 mila
... mandati in Romania, 20.000 in Bulgaria, 20 mila in Jugo-
...a in Albania.

Manifesto elettorale della Democrazia Cristiana, 1948

"È così che muore la libertà... sotto scroscianti applausi"

~ Padmé Amidala~

N. Labanca e C. Zadra **Costruire un nemico. Studi di storia della propaganda di guerra**, Edizioni Unicopli S.r.l, Milano, 2011

"Logica della guerra e logica della comunicazione si alimentano a vicenda e costantemente: durante le operazioni militari si sperimentano i mezzi di comunicazione e, parallelamente, la comunicazione trova nella guerra il contesto più idoneo a esaltare il ruolo e l'uso sociale dei media". Non solo, la Grande Camera del Tribunale della Corte di Giustizia dell'Unione Europea ha riconosciuto nella sentenza T-125/2022 che "*le campagne di propaganda e disinformazione sono in grado di minare le fondamenta delle società democratiche e sono parte integrante dell'arsenale della guerra moderna"*.

La violenza, lo sfruttamento, l'abuso e ogni sorta di oppressione che il mondo sta sperimentando non sono una cosa nuova o moderna, al contrario sono molto antiche, ciò che è nuovo e si mantiene in costante aggiornamento è come queste vengano proposte, fatte accettare, digerire, consentire, autorizzare e infine sostenute.

Se c'è una qualche sorta di situazione spiacevole, presto o tardi salterà fuori una persona o un gruppo con delle idee che la vogliano risolvere.

Quando un conflitto tra parti, a prescindere da quale forma assuma, coinvolge gruppi diversi che si confrontano sui temi politici, è inevitabile che lo scontro si muova nei sistemi comunicativi prima che faccia a faccia.

La materia dello propaganda è la LEGITTIMITÀ – LEGITTIMAZIONE della propria azione: maggiore è la convinzione che le proprie idee siano "giuste", maggiore sarà il numero di persone che agiranno o sosterranno direttamente o indirettamente l'intervento proposto.

Questo campo di battaglia è comunemente conosciuto (negli ambienti accademici) come ***Finestra di Overton***: nient'altro che un modo intellettuale per spiegare come le idee diventano o passano di moda, come ciò che ieri era accettabile oggi non lo sia più e viceversa. Il più comune malinteso è pensare che siano i legislatori stessi ad occuparsi dello spostamento o dell'allargamento della finestra, tuttavia essi hanno margine d'azione solo al suo interno.

Questo discorso vale per tutti i regimi di governo e per tutte le organizzazioni umane, piccole e grandi che siano.

L'architettura la televisione la musica la letteratura la moda il cinema la censura la grafica le fake news i grandi eventi… gli esempi potrebbero essere infiniti, qualsiasi cosa può essere utilizzata a fini propagandistici, perché la propaganda non è una cosa, ma un processo; un insieme di cose-situazioni-sensazioni ben progettate per trasformare le realtà. Il punto qui è un altro: non importa quale sia la tua giusta causa, il gigantesco problema della propaganda è

la sua natura intrinsecamente dispotica. Per quanto tu o la tua organizzazione possa essere illuminata o utilizzi la “realtà oggettiva dei fatti”, costruire il consenso necessario, utilizzando la propaganda, affinché le tue idee si trasformino in realtà, sarà sempre un atto violento e senza esclusione di colpi.

"Non si può affrontare il tema della violenza (politica e non politica) se prima non ci si libera dell’idea che la violenza è una “devianza” dalle norme del sistema sociale, l’eccezione di una società non violenta - è vero il contrario: la violenza è la norma, la non-violenza l’eccezione."

~ Alessandro Silj ~

È nella famosissima opera di ***Sun Tzu*** che troviamo il motivo per cui le dinamiche belliche e comunicative si ritrovano ad appartenere allo stesso campo semantico e per cui si assomigliano nei termini e nelle logiche.

Considerato il più importante trattato di strategie militare di tutti i tempi, ***L'ARTE DELLA GUERRA***, scritto tra VI-V secolo a.C., è a tutti gli effetti un manuale pratico di "*strategia indiretta*", viene studiato e applicato in molteplici campi dominati dalle logiche della competitività. Il cuore del discorso si potrebbe sintetizzare con ***“combattere e vincere cento battaglie non è prova di suprema eccellenza: la suprema abilità consiste nel piegare la resistenza (volontà) del nemico senza combattere”.***

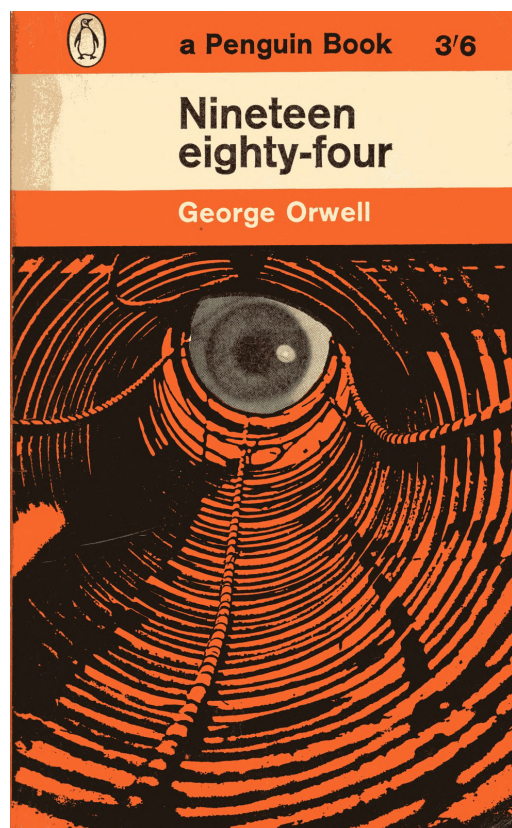
La competizione è sfortunatamente la dinamica dominante in ogni aspetto delle nostre vite, per quanto possiamo desiderare un mondo cooperante, per poterne costruire uno che funzioni in quel modo dovremo in ogni caso competere per la sua affermazione. È un paradosso? Sicuramente, ne incontreremo diversi sul nostro cammino.

In ogni caso, l’arte della guerra, è un testo fondamentale per chiunque abbia bisogno di comunicare il cambiamento, il cui insegnamento fondamentale ruota attorno alla conoscenza del campo di battaglia, delle proprie forze e di quelle avversarie.

“conosci il nemico come conosci te stesso”

abbiamo definito
cosa sia la propaganda
ora andiamo a sviscerarla

Nineteen Eighty-Four (Orwell 1984)
diretto da Michael Radford,
1984

ORWELL *non* SI SBAGLIAVA

Nineteen eighty-four di George Orwell, Penguin, 1962 (prima edizione 1949)

Copertina disegnata da **Germano Facetti** per l'edizione del 1962

1984, nonostante sia stato elevato a testo quasi profetico, modella la distopia raccontata nel libro ispirandosi ai meccanismi repressivi e propagandistici di un regime totalitario. Anche se la pervasività di certi strumenti alla ***"Grande Fratello"*** ed altre intuizioni dello scrittore si stiano facendo sempre più evidenti, ci pare di poter dire che la realtà che viviamo (noi occidentali) assomigli molto di più a questa riflessione ispirata al saggio "*L'uomo è antiquato*" di Gunther Stern-Anders del 1956:

"*Per soffocare in anticipo ogni rivolta, non bisogna essere violenti. I metodi del genere di Hitler sono superati. Basta creare un condizionamento collettivo così potente che l'idea stessa di rivolta non verrà nemmeno più alla mente degli uomini.*
L'ideale sarebbe quello di formattare gli individui fin dalla nascita limitando le loro abilità biologiche innate.
In secondo luogo, si continuerebbe il condizionamento riducendo drasticamente l'istruzione, per riportarla ad una forma di inserimento professionale. Un individuo ignorante ha solo un orizzonte di pensiero limitato e più il suo pensiero è limitato a preoccupazioni mediocri, meno può rivoltarsi.
Bisogna fare in modo che l'accesso al sapere diventi sempre più difficile ed elitario. Il divario tra il popolo e la scienza, che l'informazione destinata al grande pubblico sia anestetizzata da qualsiasi contenuto sovversivo.
Niente filosofia. Anche in questo caso bisogna usare la persuasione e non la violenza diretta: si diffonderanno massicciamente, attraverso la televisione, divertimenti che adulano sempre l'emotività o l'istintivo. Affronteremo gli spiriti con ciò che è futile e giocoso. È buono, in chiacchiere e musica incessante, impedire allo spirito di pensare.
Metteremo la sessualità al primo posto degli interessi umani. Come tranquillante sociale, non c'è niente di meglio.
In generale si farà in modo di bandire la serietà dell'esistenza, di ridicolizzare tutto ciò che ha un valore elevato, di mantenere una costante apologia della leggerezza; in modo che l'euforia della pubblicità diventi lo standard della felicità umana. E il modello della libertà.
Il condizionamento produrrà così da sé tale integrazione, l'unica paura, che dovrà essere mantenuta, sarà quella di essere esclusi dal sistema e quindi di non poter più accedere alle condizioni necessarie alla felicità.
L'uomo di massa, così prodotto, deve essere trattato come quello che è: un vitello, e deve essere monitorato come deve essere un gregge. Tutto ciò che permette di far addormentare la sua lucidità è un bene sociale, tutto ciò che metterebbe a repentaglio il suo risveglio deve essere ridicolizzato, soffocato, combattuto.
Ogni dottrina che mette in discussione il sistema deve prima essere designata come sovversiva e terrorista e coloro che la

sostengono dovranno poi essere trattati come tali".

In questo caso, anche se quello scritto poc'anzi suona convincente, dare sfogo ai nostri istinti complottari non aiuta alla comprensione del fenomeno che stiamo provando a smontare insieme. Viene comodo giusto per avere l'impressione di starci capendo qualcosa. È rincuorante, ma non è la strada giusta.

Allo stesso modo, un altro grande *cult* della produzione distopica è spesso preso come punto di riferimento quando parliamo di propaganda: ***ESSI VIVONO*** di John Carpenter.

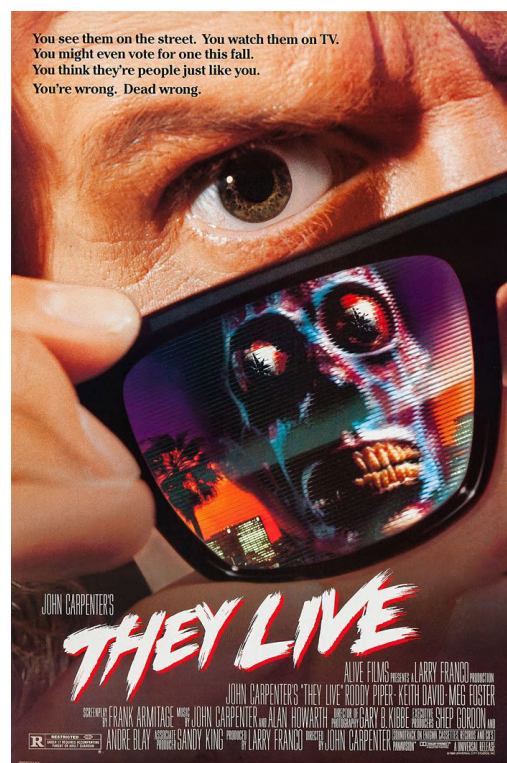
Attraverso un paio di occhiali da sole, Carpenter svela al mondo un inquietante realtà: il mondo è governato da strani alieni-zombie che controllano gli umani ipnotizzandoli e sottomettendoli al loro dominio attraverso la **pubblicità**.

Idem con patate. Credere ad un qualche tipo di forza oscura che controlla il mondo e ci obbliga alla schiavitù senza che nemmeno ce ne accorgiamo è molto comodo. Magari nel 1988, quando uscì il film, non era così scontato, ma a distanza 40 anni inveire contro il potere propagandistico della pubblicità è più un cliché che una rivelazione. L'intento di ogni campagna propagandistica è di tipo politico, quindi riferito ad un certo senso o idea di "giustizia", quello della pubblicità è dichiaratamente di stampo consumistico, non lo nasconde, anzi è sempre in bella vista.

Non c'è trucco, non c'è inganno. La pubblicità è esattamente quello che è: un invito a comprare. La sua onestà è disarmante, importa veramente poco quanto sottili o elaborati siano i suoi stratagemmi, e la sua invincibilità sta proprio in questo: **neutralizza ogni possibilità di critica partendo dal presupposto che il suo obiettivo è evidente.**

Ma anche la pubblicità è cambiata nel corso della sua breve, ma intensa storia; l'affermarsi dei movimenti per i diritti civili portò alla ribalta le numerosissime disuguaglianze su cui è stata costruita la società contemporanea, la democrazia come regime di rappresentanza delle diversità, insieme ad una maggiore accessibilità dei mezzi di comunicazione di massa, crearono nuove fasce di mercato con esigenze e sensibilità politiche molto specifiche: chiunque volesse vendere qualcosa doveva necessariamente prestare molta attenzione a come infiocchettava e piazzava il proprio prodotto.

Ad oggi, considerando quello che abbiamo detto e diremo a proposito dei meccanismi di costruzione del consenso, la pubblicità non solo si è attestata come modello comunicativo predominante, ma si è evoluta al punto di essere essa stessa promotrice di messaggi sociali progressisti.

Quello che è importante sottolineare è come **LA PUBBLICITÀ VENDE SE STESSA E LE SUE DINAMICHE COME POSSIBILITÀ EMANCIPATIVE, TRASFORMANDO IL DISSENSO STESSO IN UN BENE DI CONSUMO, RIMUOVENDONE LA CARICA SOVVERSIVA.**

THEY LIVE (Essi Vivono)
di J. Carpenter, 1988

una scena iconica del film

Qui ci sarebbe da fare una lunga parentesi su quanto siano diversi i messaggi promossi da paese a paese, ma non ne usciremmo più, ti può bastare se diciamo che in Italia il messaggio di fondo è sempre quello delle "*antiche tradizioni*", della "*patria-paradiso*" o della "*famiglia da difendere*"? Facciamo di si.

ED È TUTTA COLPA DI

EDWA
BERN

ARD
AYS

"La manipolazione consapevole e intelligente delle opinioni e delle abitudini delle masse svolge un ruolo importante in una società democratica. Coloro che padroneggiano questo dispositivo sociale costituiscono un potere invisibile che dirige veramente il Paese"

~ Edward Luis Bernays, 1928 ~

Nato a Vienna nel 1891 e naturalizzato statunitense, Edward Luis Bernays non è un personaggio molto noto fuori dagli ambienti specializzati, eppure l'impatto devastante delle sue intuizioni lo paghiamo tuttora.

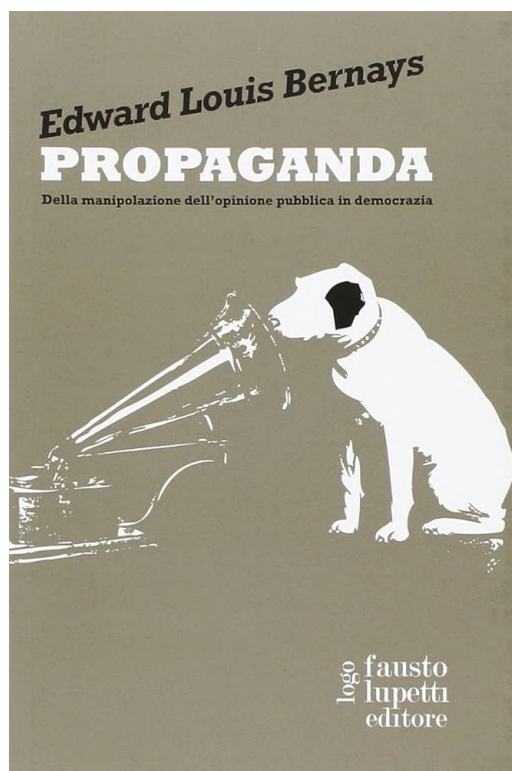
Combinando le idee di Gustave Le Bon, autore del libro ***Psicologia delle Folle*** (1895), quelle di Wilfred Trotter e le rivoluzionarie teorie dello zio, nientepopodimeno che Sigmund Freud, con il quale aveva uno strettissimo rapporto, Bernays fu uno dei primi a teorizzare ed applicare dei metodi per utilizzare la psicologia del subconscio al fine di manipolare l'opinione pubblica (e vendere qualsiasi cosa).

Fu il primissimo *spin doctor*, inventò le ***scienze delle relazioni pubbliche*** e, comprendendo il peso della comunicazione di massa nei processi elettivi, ragionò sempre dell'*ingegnerizzazione del consenso* in campo sia politico che commerciale.

Joseph Goebbels, *Ministro del Reich per l'Istruzione pubblica e la Propaganda* della Germania Nazista, dichiarò di essersi ispirato moltissimo al suo libro *Crystallizing Public Opinion* del 1923.

Il vero capolavoro distopico di Bernays fu però il suo più celebre scritto: ***PROPAGANDA*** del 1928.

"*L'uomo che capiva la psiche della folla*" sostiene che nelle società democratiche esistano due realtà: quella teorica e quella effettiva, pratica. Nella condizione teorica, *"ogni cittadino può votare per chi vuole", "ciascuno ha le sue idee per quanto concerne la vita pubblica e privata".* In pratica, invece, *"gli apparati dei partiti hanno ristretto la scelta a due, tre o al massimo quattro candidati", "accettiamo che i nostri dirigenti e gli organi di stampa da loro utilizzati, ci indichino le questioni considerate di interesse generale", "accettiamo che una guida morale, un pastore, uno studioso, o semplicemente l'opinione diffusa ci prescrivano un codice di comportamento sociale standardizzato al quale ci conformiamo per la maggior parte del tempo"* Bernays nella sua opera pone anche l'accento su *"chi sono gli uomini, i quali, senza che noi ce ne accorgiamo, ci suggeriscono cosa pensare, ci dicono chi dobbiamo ammirare e chi disprezzare",* ma *"Se volessimo compilare l'elenco degli uomini e delle donne che per la loro posizione sociale devono essere considerati come opinion maker, avremmo una lunga lista … migliaia di persone".*

Questo vuol dire che in realtà, dice Bernays, ci sono *"abili personaggi che agiscono dietro le quinte",* che solo a volte mostrano manifestamente il loro potere. Anche lo stesso presidente degli Stati Uniti, per citare l'esempio più eclatante, sappiamo *"in*

Propaganda. Della manipolazione dell'opinione pubblica in democrazia.
Di E. L. Bernays, Fausto Lupetti Editore, 2008

È interessante notare che il libro verrà tradotto e pubblicato in Italia solo nel 2008, 80 anni dopo la sua prima apparizione.

realtà che è stato scelto da una decina di signori riuniti in un piccolo comitato". Questi *"dirigenti invisibili controllano il destino di milioni di esseri umani"* tramite dei "*consulenti in pubbliche relazioni*" che: analizzano gli obiettivi proposti, studiano i gruppi che si vogliono raggiungere, individuano i leader che possano facilitare il raggiungimento dell'obiettivo, e, infine, individuano gli strumenti e le azioni per influenzare la massa.

Per Bernays la democrazia era un concetto meraviglioso, ma era convinto che "l'uomo della strada" non avesse opinioni affidabili e che potesse votare per la persona sbagliata o desiderare la cosa sbagliata, quindi credeva che dovesse essere guidato dall'alto. Si trattava di una forma di dittatura nella quale:

"la propaganda è l'organo esecutivo del governo invisibile."

Bernays nella sua brillante carriera ne ha combinate di cotte e di crude:

nel 1917 faceva parte, come consulente, della ***Commissione Creel***, un'organizzazione transnazionale governativa che si occupava di diffondere l'idea dell'accettazione dell'ingresso dell'America nella prima guerra mondiale.

Nel 1939 fu il principale consulente per l'organizzazione dell'**Esposizione Universale di New York**. Insistì affinché il tema conduttore fosse il legame tra la democrazia e il mondo degli affari americano. Nel cuore dell'esposizione c'era una gigantesca sfera bianca che Bernays battezzò "*Democracity*", e il principale oggetto in mostra era un modello meccanico gigante del futuro dell'America costruito dalla General Motors.

Nel 1953 lavorò a stretto contatto con la C.I.A. prima e durante l'**operazione PBSUCCESS**, il colpo di stato organizzato dalla United Fruit Company (l'attuale Chiquita) in Guatemala per proteggere le piantagioni e gli interessi USA. Bernays in questa occasione contribuì allo sviluppo di vere e proprie *tecniche di guerra psicologica* che risultarono molto più efficaci delle operazioni militari.

Giusto per dirne tre a caso.
Per gli intenti di questo libro è la sua impresa più eclatante che ci deve interessare:

TORCHES OF FREEDOM

NEW YORK, 31 MARZO 1929

Siamo alla fine dell'Easter Sunday Parade, il corteo si sta sciogliendo. C'è una strana sensazione di tensione nell'aria.

Nei giorni precedenti sono arrivate informazioni attendibili a diverse testate giornalistiche: si mormora che delle femministe faranno qualcosa di scandaloso, ci sono di mezzo delle torce.

Succede qualcosa di impensabile per l'epoca: in mezzo alla folla, una giovane donna di nome Bertha Hunt camminando per l'affollatissima Quinta Strada tirò fuori dalla gonna un pacchetto di Lucky Strikes e accese una sigaretta in pubblico: si gridò immediatamente allo scandalo. Dieci giovani donne seguirono poi la Hunt, fumando le loro "Torches of Freedom" in pubblico. La notizia fece il giro degli Stati Uniti in un lampo, la giornalista femminista Ruth Hale chiese alle donne di unirsi alla marcia dicendo: "Donne! Accendete un'altra torcia di libertà! Combattete un altro tabù sessuale!" Le sigarette divennero così simbolo di emancipazione e uguaglianza con gli uomini: un atto di rivolta che sfidava un tabù molto sentito nella società americana dei primi del novecento.

Nel 1923, solo il 5% delle sigarette erano acquistate da donne, nel 1935 era il 18,1%, nel 1965 il 33,3%.

Nel 1928, Edward Luis Bernays venne assunto dall'American Tobacco Company. Le 10 donne avanguardia dell'emancipazione femminile erano state accuratamente selezionate, assunte ed istruite da Bernays, che aveva chiamato la stampa e le aveva circondate da professionisti incaricati di fotografare tutto e spedire le migliori fotografie alle testate di tutto il paese. Il successo fu clamoroso.

Highlight the remarcable (1 di 3)
di DDB Group per Stabilo,
2018

Highlight the remarkable Katherine Johnson.
The Nasa mathematician responsible for the calculations
resulting in Apollo 11's safe return to earth.

Le conseguenze delle innovazioni introdotte da Bernays ci portano alla nostra penultima considerazione, almeno per quanto riguarda l'ambiente comunicativo che dobbiamo affrontare.

Lo abbiamo già anticipato brevemente e in qualche modo è un fatto risaputo che diamo quasi per scontato: tutto è capitalizzabile, anche le critiche al sistema vengono fagocitate e rivendute sotto forma di merce. La nostra necessità di vedere un cambiamento, non viene censurata o rimossa dal sistema (fino ad un certo punto) come nei totalitarismi, ma viene canalizzata in una forma che riguarda poco la realtà e molto la sua rappresentazione come immagine - racconto del cambiamento.

Walter Benjamin, nella sua opera più famosa ed influente ***L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica***, lo dice a chiare lettere:

"fascismo è l'estetizzazione della politica."

Anche qui, le riflessioni di Benjamin si scontrano con un concetto che ci appare lontano, troppo relativo all'immaginario legato al fascismo mussoliniano e alla macchina propagandista nazista e stalinista. Quello di cui parla però non è il fascismo storico, ma quello procedurale, cioè la costruzione e la diffusione di rappresentazioni ben calcolate e progettate pregne di emozioni coinvolgenti, ma prive di ragionamento o complessità politica.

La Société Du Spectacle,
di Guy Debord, 1973
87 min (FRA subITA)

È un po' difficile da sintetizzare in due righe, in ogni caso, quello che più ci avvicina alla nostra contemporaneità, alla sua comprensione e ci proietta verso le battute finali della nostra analisi, è ***LA SOCIETÀ DELLO SPETTACOLO*** di Guy Debord del 1967, in cui: *"Lo spettatore più contempla, meno vive; più accetta di riconoscersi nelle immagini dominanti del bisogno, meno comprende la propria esistenza e il proprio desiderio.""Il nostro tempo preferisce l'immagine alla cosa, la copia all'originale, la rappresentazione alla realtà, l'apparenza all'essere. Ciò che per esso è sacro, non è che l'illusione, ma ciò che è profano, è la verità." "Lo spettacolo è il brutto sogno della società moderna incatenata, che infine non esprime che il suo desiderio di dormire. Lo spettacolo è il custode di questo sonno."* In sintesi:

"Lo spettacolo non è un insieme di immagini, ma un rapporto sociale fra persone, mediato da immagini."

Ovviamente il sottotesto è che il tipo di rapporto di cui parla è costruito attorno al consumo e della continua produzione, in una sorta di *fabbrica diffusa*, come la chiama lo scrittore.

Debord fa un lungo spiegone per dirci una cosa che senza tanti giri di parole ormai fa parte della consapevolezza e della depressione di moltissime persone: tutto è spettacolo e ci siamo dentro fino al collo, non se ne esce.

Capita molto frequentemente che negli ambienti politicizzati ci sia la tendenza a giustificare la scarsa partecipazione alle attività politiche a causa di una coscienza mancante di determinati gruppi

Il patrimonio personale di Jay-Z, nel 2023, era di circa **2,5 miliardi di dollari.**

di persone: la dinamica dell'uomo che spiega alla donna come o perché è oppressa, o quella del ricco che vuole insegnare al povero la scarsezza delle sue possibilità materiali, è una vecchia storia.

Mark Fisher racconta molto bene e con grande facilità di lettura questo concetto in ***REALISMO CAPITALISTA: non ci sono alternative?*** del 2009. La forza repressiva del capitalismo mondiale è quella di essere riuscito a convincere chiunque dell'impossibilità di immaginare alternative al di fuori del capitalismo stesso attraverso un ingegnoso trucco: quello di mostrarsi (non essere) criticabile, migliorabile e addirittura motore del progresso. Non è che le persone sono stupide o vittime inconsapevoli dei propri istinti e pulsioni, come le ha descritte Le Bon in *Psicologia della folla*. I mali di questo mondo sono ben visibili, ma la loro/nostra capacità di creare qualcosa di completamente diverso ed organizzarci per farlo succedere è incastrata nella consapevolezza (illusoria) che *"tanto non cambia nulla"* o *"è impossibile",* a prescindere da chi ci sia dietro tutto questo, il loro potere è troppo forte, inavvicinabile, tanto vale rinunciare in partenza e provare a salvarsi in solitaria.

Le innovazioni tecnologiche sono parte integrante della storia della comunicazione umana e della sua storia in generale, ma dall'invenzione della scrittura fino alla diffusione capillare delle televisioni private (grazie Silvio), le regole del gioco sono rimaste sostanzialmente le stesse. Ogni sistema di pensiero costruisce il proprio processo di legittimazione con un doppio meccanismo: con una mano rimuove o altera i contenuti indesiderati, con l'altra costruisce spazi di libertà ben definiti con precisi schemi di interazione tra le persone al suo interno. Insomma, quello di cui si occupa la propaganda è la credibilità e il consenso, quindi la qualità del contenuto, ma il sistema di "profitto" dei suoi meccanismi ha molto più a che fare con il contenitore (o il flusso) *nel quale - con il quale* viene costruito il discorso e sulle dinamiche permesse o meno al suo interno. Il filosofo Slavoj Žižek lo spiega in maniera brillante nel film ***GUIDA PERVERSA ALL'IDEOLOGIA.***

Guida perversa all'ideologia
di Slavoj Žižek e Sophie Fiennes, 2012

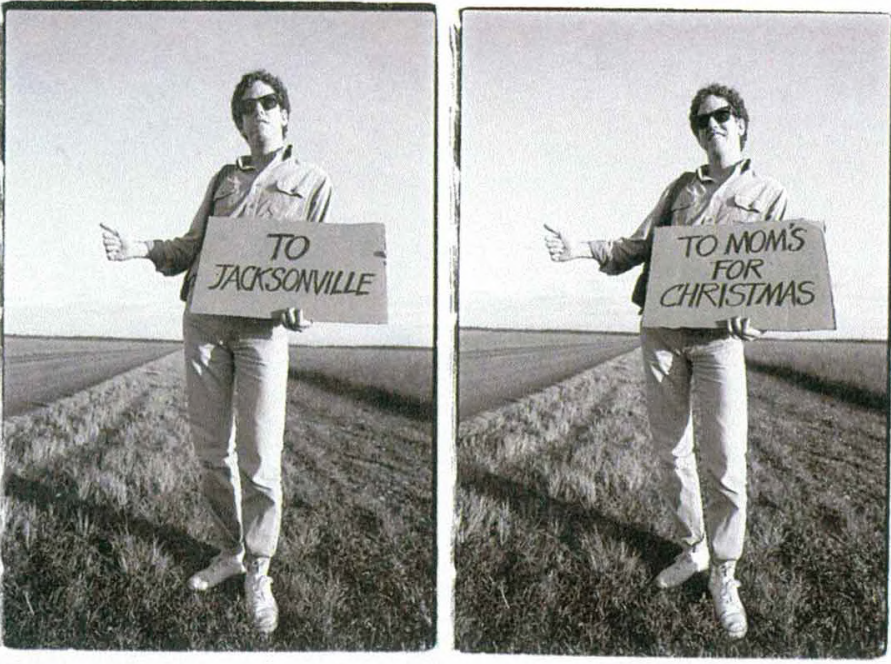
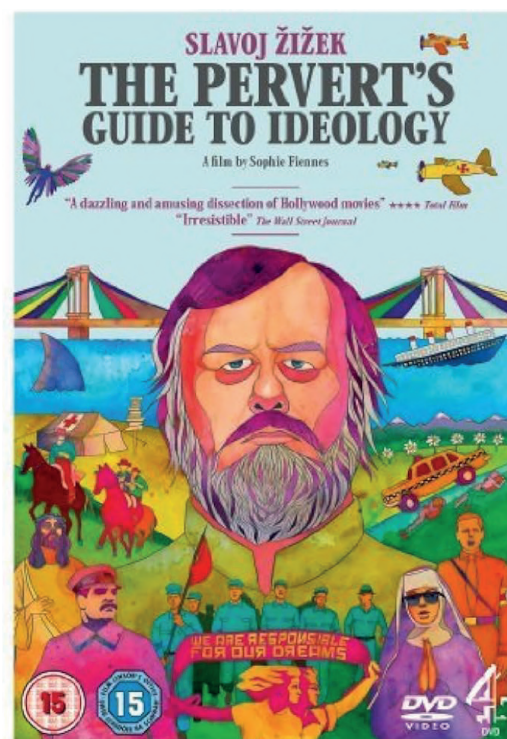
C'è un però.
Tutto questo, che rimane sostanzialmente valido anche oggi, ha subito un piccolo, ma importante cambiamento. ***La parola d'ordine della propaganda è e rimane censura***, però il 4 febbraio 2004 succede qualcosa di epocale: nasce TheFacebook.

Anche se non è stato di certo il primo e ad ora è decisamente in declino, i social network e il loro sviluppo hanno ribaltato il concetto classico di propaganda nel quale "*ci dev'essere una qualche forma di barriera tra il pubblico e gli eventi. L'accesso agli ambienti [dell'informazione] dev'essere limitato, così da evitare che qualcuno possa creare uno pseudo-ambiente da sé e ritenerlo giusto o desiderabile.*" Nel dare accesso a chiunque il potere di essere agente della creazione e diffusione di contenuti, hanno costruito il proprio strapotere sulla possibilità di creare ambienti a piacimento spostando il campo d'azione della censura sulla *im*possibilità di accedere - modificare - conoscere gli algoritmi con cui vengono distribuite le informazioni.

La democraticità di cui si sono raccontati paladini i social network, specialmente in periodi di sollevazione popolare come le famose *primavere arabe*, ai tempi fu smontata dal sociologo bielorusso Evgenij Morozov nel libro ***L'ingenuità della rete. Il lato oscuro della libertà di Internet.*** Oggi possiamo dire con certezza che non sono strumenti neutrali (ammettendo che il concetto di neutralità esista veramente), che capitalizzano vendendo i dati che raccolgono su ogni utente che "gratuitamente" li utilizza e che, a prescindere da quale siano gli interessi (politici o no) di ogni utente, la fidelizzazione ai loro servizi viene creata utilizzando scompensi emotivi.

Il 24 ottobre 2023, 33 stati statunitensi hanno depositato alla Corte Federale della California un documento di 233 pagine in cui fanno causa a Instagram e Meta (proprietaria di Facebook) per aver deliberatamente alterato il benessere mentale degli utenti più giovani al fine di massimizzare i profitti.

Questo cambia le carte in tavola? Non molto, ma la questione dei social network l'approfondiamo in una sezione dedicata più avanti.

Come disse il caro Licio Gelli, *Maestro Venerabile* della *P2* (che guarda caso sta per *Propaganda2*), il centro di tutto il discorso è che:

"Il vero potere risiede nelle mani de

Pubblicità per L'agenzia pubblicitaria Crispin & Porter realizzata da Alex Bogusky e Chuck Porter, 1992

Sapendo bene che le informazioni riportate finora non sono che la punta della punta dell'iceberg della comunicazione politica e dei suoi meccanismi, lo strumento principale di cui si avvale è in buona sostanza la manipolazione delle emozioni e il loro orientamento, ma non solo.

È Walter Lippmann che per primo comincia a discutere di come emozioni ed emotività siano attivabili e controllabili attraverso una scientifica elaborazione di segni e segnali. Persona dal pensiero politico molto singolare, credeva nella necessità di *fabbricare il consenso* al fine di condurre la collettività, che riteneva prevalentemente irrazionale ed incapace di comprendere la complessità del mondo, alle stesse conclusioni che gli esperti hanno previamente elaborato per via razionale.

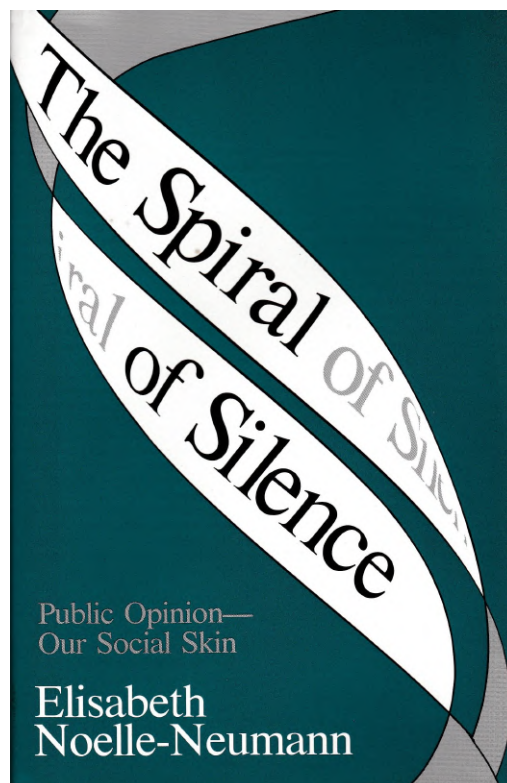
Secondo lui "*I segni devono avere un carattere tale da essere*

riconosciuti e compresi senza la necessità di un sostanziale sguardo alla sostanza del problema [...] devono essere segni che diranno ai membri del pubblico dove conviene allinearsi per promuovere la soluzione [del problema]. In breve, devono essere guide per azioni ragionevoli a uso di persone disinformate". Pensava che pregiudizi e stereotipi fossero visioni distorte e semplificate della realtà sociale, che fossero costituiti dalle immagini mentali che ci costruiamo per semplificare la realtà e per renderla a noi comprensibile. La gestione di quegli stereotipi era per lui un punto chiave nella direzione dell'opinione pubblica, insieme al ruolo di fondamentale importanza dei mass media nella loro diffusione.

In *L'opinione pubblica* del 1922, prima di chiunque altro, Lippmann affronta le tematiche sviluppate negli anni seguenti da Elisabeth Noelle-Neumann, la studiosa della ***SPIRALE DEL SILENZIO:*** teoria secondo la quale **il costante, contemporaneo, ridondante e contorto afflusso di notizie da parte dei media può, col passare del tempo, causare un'incapacità nel pubblico nel selezionare e comprendere i processi di percezione di influenza dei media.** Nella sua ricerca, Noelle-Neumann ha dimostrato che le persone posseggono una specie di senso statistico innato, grazie al quale riescono a capire quale è l'opinione della massa e in questo modo a conformarsi con quella dominante. In questo senso I mass media non fanno emergere da soli la spirale del silenzio (fenomeni simili sono stati riscontrati anche in società dove non esistono i mass media), ma accentuano la paura umana dell'isolamento e quindi il processo di adattamento all'opinione generale con una spiccata predisposizione al conservatorismo, ostile al rinnovamento delle sensibilità, dei gusti, delle opinioni a causa della intrinseco appiattimento della prospettiva storica sul tempo presente prodotto dai mass media.

A questo proposito ci viene da aggiungere che, i social network, a differenza della televisione, avendo aperto la possibilità di costruire a piacimento spazi di espressione tanto liberi quanto polarizzanti, hanno inaugurato una direttrice opposta: una sorta di ***spirale del rumore***, in cui la prospettiva non è omologante sul piano della repressione delle proprie opinioni, ma nella dimensione in cui ogni utente sente la possibilità di essere protagonista e motore primo di tendenze.

La sempre più crescente velocità di fruizione dei contenuti, insieme all'incessante richiesta di esprimere giudizi, ha esacerbato le nostre pulsioni competitive e, contemporaneamente alla paura di perdersi qualcosa (*FOMO – fear of missing out*), prodotto una sorta di disaffezione – dissociazione dalla *realtà non digitale*, spostando la possibilità di espressione e lo spazio della partecipazione lontano dalla sfera del *faccia a faccia* e della cooperazione (con le sue dinamiche e difficoltà).

Indipendentemente dal mezzo di comunicazione su cui ragioniamo, il mezzo (o tecnologia) è un'estensione del sé, parte integrante della nostra identità personale e collettiva, che modifica il modo di interagire e comprendere non solo la realtà, ma la nostra stessa percezione al suo interno. Il contenuto, sul quale la nostra abitudine all'informazione e alla comunicazione è concentrata, è sicuramente molto importante, ma è il modo con cui ci arriva e con il quale interagiamo che trasforma il nostro comportamento e muta i rapporti umani.

The spiral of silence. *Public opinion – our social skin*
di Elisabeth Noel-Neuman, University of Chicago Press, 1984

in italiano è edito da Maltemi con il titolo **La spirale del silenzio. Per una teoria dell'opinione pubblica**

"*è nel mutamento di proporzioni, di ritmo o di schemi che introduce nei rapporti umani*" che il messaggio che vogliamo trasmettere esprime il suo potere. Questa è la tesi che Marshall McLuhan esprime in ***UNDERSTANDING MEDIA: The Extensions of Man*** (in italiano *Gli strumenti del comunicare*) del 1964.

Il libro, uscito quasi 60 anni fa, è tuttora una lettura fondamentale per chiunque voglia cimentarsi nello studio e nell'applicazione delle teorie della comunicazione. Il concetto centrale espresso da McLuhan, ultimo e più importante tassello di questo nostro velocissimo excursus sulla comunicazione, è che

IL MEZZO È IL MESSAGGIO

"the medium is the message"

E ancora, non essere consapevoli dell'influenza che i mezzi di comunicazione hanno su di noi significa consentire loro di diventare *"prigioni senza muri per gli uomini che ne fanno uso".*

Un buon modo per comprendere il messaggio sotto la superficie di tutte quelle opere pubblicitarie o di propaganda che ci vengono esposte è armarsi di due strumenti infallibili: il **COME?** E il **PERCHÉ?** parti dal presupposto che tutte le comunicazioni "ufficiali", in particolar modo dei partiti e delle grosse aziende, sono minuziosamente studiate in ogni loro aspetto, anche in quelli che a primo avviso sembrano insignificanti: colori, forme, oggetti, parole, posizioni, movimenti, ripetitività, il mezzo di comunicazione, i riferimenti e via dicendo sono accuratamente selezionati da persone pagate fior fior di quattrini. Se la tua risposta a quei come e perché è "boh", molto probabilmente hai assimilato senza accorgerti molto più di quello che pensavi, anche se hai prestato poca attenzione a ciò che hai visto.

In una prospettiva più ampia, dobbiamo considerare il fatto che l'Italia sia **il paese con il più alto tasso di *analfabetismo funzionale* d'Europa** e terza dei paesi OCSE, dopo Turchia e Cile. Stando ai dati *OCSE – Piaac* del 2019 il 27,7%, quasi una su tre delle persone comprese tra i 16 e i 65 anni, nonostante abbia ricevuto un'istruzione scolastica e possegga una padronanza base dell'alfabetizzazione, non è in grado di comprendere testi come bollette, regolamenti o articoli di giornale, ha una scarsa capacità di eseguire calcoli semplici, non ha una conoscenza dei fenomeni storici, non ha senso critico e non è in grado di utilizzare gli strumenti informatici. Tutto questo senza considerare gli effetti negativi sulla salute mentale della pandemia di Covid e delle sue ricadute sociali e psicodinamiche.

Questo significa che l'*analisi semiotica*, cioè la comprensione dei segni e della loro significazione che ti abbiamo proposto poco fa, di un opera complessa come può essere una pubblicità o un film risulta pressoché inattuabile per una grande fetta di pubblico, poiché richiede competenze articolate e una grande capacità di

collegamento critico che vanno ben oltre l'alfabetismo funzionale. *Non siamo mica tutte Umberto Eco eh.*

Prenderne coscienza è un primo anticorpo agli effetti che i mass media e i social media hanno su di noi, tuttavia, lo slogan elaborato da McLuhan, che nella sua pubblicazione seguente troviamo nella formula "*il mezzo è il massaggio*", apre le porte ad una prospettiva che va ben oltre i mezzi di comunicazione di massa e le loro criticità, ma si attesta a formula in grado di potenziare tutti i messaggi, anche quelli più complessi o sovversivi.

Acompañar los procesos di Jazbeck Gámez AKA Perro Prieto, una delle illustrazioni del libro **Utopías en construcción. Experiencias latinoamericanas de producción social del hábitat**, 2017, Messico

NOI non vogliamo *semplicemente* denunciare o attenuare la progressiva regressione delle capacità individuali e collettive nella comprensione della realtà e della sua sovversione. Come già detto nell'incipit di questa pubblicazione, siamo in una posizione un po' diversa: se facciamo politica, non ci tocca solo comprendere il funzionamento di certi meccanismi, dobbiamo praticarli.

La difficoltà è quella di far combaciare il contenuto proposto con il metodo attraverso cui viene espresso. Fino a quando i mezzi o i metodi comunicativi che utilizziamo saranno quelli del sistema, dei quali non abbiamo il controllo (e che ci controllano), indirettamente rafforzeremo il sistema stesso, creando un cortocircuito tra le nostre posizioni critiche e la loro assimilazione, suggerendo senza accorgerci l'incoerenza delle nostre posizioni. Perdendo quindi di credibilità.

Un po' come chiamare insurrezione un corteo autorizzato, o criticare instagram su instagram o tappezzare la città con manifesti che incitano la rivolta affittando spazi pubblicitari. Anche se la nostra idea può sembrare convincente o "giusta", è nel modo con cui viene proposta che emerge o meno il suo potenziale comunicativo, cioè di "messa in comune".

contestualizziamo tenendo conto del pubblico a cui vogliamo fare riferimento

Nella nostra esperienza e analisi a proposito della capacità comunicativa delle realtà radicali e conflittuali in Italia abbiamo riscontrato alcune caratteristiche ricorrenti:

Una svalutazione quasi endemica delle professioni legate alla comunicazione e il loro conseguente sfruttamento tramite delega, spesso nei confronti di chi ha competenze esclusivamente tecniche, ma non teoriche. A volte nemmeno tecniche.

Una predisposizione, tanto marcata quanto ingenua, all'***imitazione di strategie di marketing*** nella produzione e diffusione di contenuti senza comprenderne i meccanismi.

Un'ossessione apparentemente irrisolvibile verso l'***autoreferenzialità e l'auto-narrazione***.

Uno ***scollamento tra racconto e azione***, tra rappresentazione e realtà, tra teoria e pratica, tra chi protesta e chi resiste, che si colloca in un antico filone storico, non solo mai sanato, ma che va aggravandosi.

Un ***impoverimento linguistico e procedurale*** sostenuto dalla mania di "*standardizzare*" e creare egemonie culturali che rendono difficoltoso il dialogo e la cooperazione tra organizzazioni con posture e linguaggi diversi.

Una pressoché totale ***assenza di prospettive a lungo termine*** in grado di coinvolgere al di fuori di istanze o vertenze specifiche, che si accoppia ad un modello partecipativo basato su una vaghezza identitaria acritica, assiduamente conservatrice, banalmente inefficace e talvolta reazionaria.

Ultima, ma non per importanza, un'***enorme difficoltà relazionale interna ai gruppi*** che avvilisce la partecipazione individuale alimentando discriminazioni, esclusione e dinamiche di do*minio.*

Per dirla tutta ci interessa relativamente poco fare le pulci al cosiddetto *movimento*, anche perché non finiremmo più. È importante avere consapevolezza della situazione, ma è ancora più importante agire per uscirne.

In generale non possiamo dire che manchino persone sensibili o politicizzate, ma una buona fetta di loro è inattiva, incagliata in una sfiducia profonda tanto per la politica istituzionale quanto per quella delle organizzazioni dal basso. In un senso più ampio, possiamo dire che sono *la puzza* che si porta dietro la parola politica, il suo linguaggio e la carenza di una visione credibile e lungimirante a costituire i mattoni principali della barriera comunicativa che separa militanti e "civili", se così si possiamo chiamarli. Questo inevitabilmente svuota le piazze e assottiglia le fila di chi agisce. Non dobbiamo scoraggiarci: è molto democratico credere che i cambiamenti avvengano grazie al 50%+1 della popolazione. Tuttavia, semplicemente, non è così. Si stima che la presa del Palazzo d'Inverno abbia coinvolto 20mila manifestanti, circa lo 0,016% della popolazione russa nel 1917. 954 erano - secondo alcune fonti - gli assalitori della Bastiglia, nel 1789. La Resistenza in Italia l'hanno fatta in meno dell'1%.

Dobbiamo sapere di essere una minoranza. Giustificare la nostra

incapacità di modificare le realtà con la scusa che "*non ci sono le condizioni*" significa non volerlo fare. Il compito della comunicazione politica è creare quelle condizioni partendo presupposto che non ci sono e che l'idea di cambiamento che vorremmo non è condivisa dalla maggioranza.

Come Critica Università Della Strada, non crediamo che l'idea di giustizia che ci muove corrisponda all'imposizione di un nuovo ordine al posto di quello vecchio, o della sostituzione di un gruppo dirigente a quello attuale. La storia che abbiamo imparato, ci insegna che ***ogni sistema di pensiero sedizioso, se nelle sue fondamenta non pone i presupposti per la propria abolizione e superamento, è destinato a riprodurre gli stessi modelli di oppressione e ingiustizia contro cui si scaglia.***

Contestualmente pensiamo che ogni regime di governo, qualunque forma assuma e nonostante le crisi che può attraversare, sopravvive perché sopravvivono i suoi meccanismi di legittimazione e di autodifesa, non i suoi leader. Pertanto se l'intenzione è rovesciarlo ed affermane uno diverso, quei meccanismi dovranno essere attaccati entrambi e sostituiti in contemporanea.

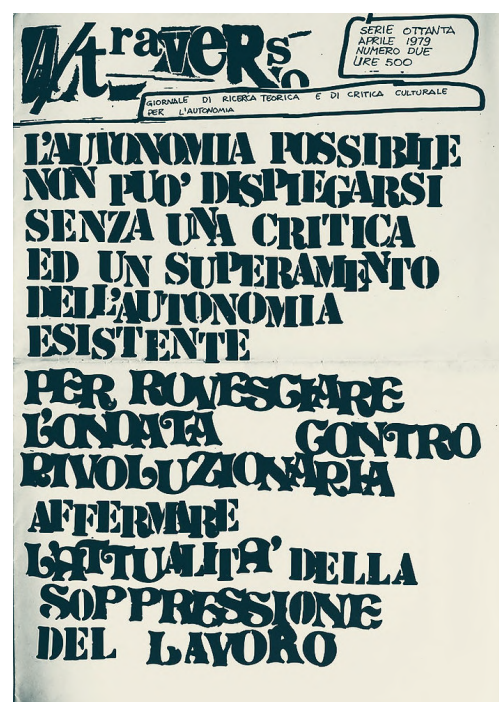
In modo particolare non possiamo sperare che utilizzando "*gli strumenti del padrone"* si produca qualche tipo di cambiamento radicale solo perché li usiamo a fin di bene. Sappiamo che funzionano, è spontaneo dirsi *allora pure noi*. E non sbaglieremmo, padroneggiando l'arte della persuasione si possono fare cose incredibili, anche senza grandi risorse economiche o partendo da posizioni di enorme svantaggio come la nostra. Ma il mezzo è il messaggio giusto? Ne consegue che, stando ai nostri principi, non possiamo limitarci ad utilizzarla nel migliore dei modi possibili. Dobbiamo svelarne il funzionamento, smascherarne gli inganni ed educare ed educarci alla loro comprensione e utilizzo.

Il potere che abbiamo, che sentiamo di avere, che abbiamo imparato ad utilizzare perché abbiamo avuto la possibilità (anche economica) di farlo, trova la sua funzione emancipatrice solo nella collettivizzazione e diffusione, non nella negazione, nel monopolio o nella delega.

In conclusione, per noi ***LA PAROLA DI RIFERIMENTO NON PUÒ ESSERE CONSENSO, MA AUTODETERMINAZIONE.***

La comunicazione deve smettere pertanto di essere un atto spontaneo e involontario, quindi facilmente manipolabile e violento, ma diventare **L'ESERCIZIO COSTANTE, SENSIBILE E RESPONSABILE DELLA PROPRIA PERICOLOSITÀ.** Deve cioè assumere i connotati di *farmaco*, che nel senso greco del termine, può essere sia rimedio che veleno essendo, in un certo senso un po' mistico, nient'altro che ***l'abilità di organizzare il caos.***

definiamo la nostra prospettiva politica

A/traverso
SERIE OTTANTA APRILE 1979 NUMERO DUE LIRE 500
GIORNALE DI RICERCA TEORICA E DI CRITICA CULTURALE PER L'AUTONOMIA
L'AUTONOMIA POSSIBILE NON PUO' DISPIEGARSI SENZA UNA CRITICA ED UN SUPERAMENTO DELL'AUTONOMIA ESISTENTE
PER ROVESCIARE L'ONDATA CONTRO RIVOLUZIONARIA AFFERMARE L'ATTUALITA' DELLA SOPPRESSIONE DEL LAVORO

A/Traverso.Giornale di ricerca teorica e di critica culturale per l'Autonomia. N.2 Aprile 1979, Bologna

il passo successivo è tradurre quanto detto in azione

La necessità che abbiamo riscontrato sul problema che abbiamo deciso di affrontare è principalmente di tipo educativo. Ne consegue che la stessa operazione che abbiamo condotto sul termine propaganda l'abbiamo ripetuta sul nuovo problema. Per brevità diremo che, stando alle nostre considerazioni a riguardo, abbiamo deciso di scrivere questo libro.

Sapendo bene che il libro in sé per sé è insufficiente, è nella moltiplicazione delle pratiche e delle vie d'accesso al tema che il nostro messaggio può trovare una maggiore efficacia comunicativa.

Laboratori guidati, presentazioni, dialoghi al bar, produzione di manifesti, promozioni tramite social eccetera, presi singolarmente non sviluppano il potenziale del nostro discorse se non viene stimolato il loro collegamento. Come si crea questo collegamento è parte integrante di tutto il processo e della sua evoluzione, ma per ora ci limiteremo a parlare del libro.

Come abbiamo detto qualche pagina fa, il come e il perché sono degli ottimi strumenti, per provare a svelare la matrice ideologica invisibile che insiste in ogni atto comunicativo.

Trascrizione di un'**intervista di L. Blissett al gruppo autoriale** su questo libro

Innanzitutto, perché un libro stampato?

Perché crediamo che la corporeità di un libro possa essere un buon modo per sottrarsi alla dinamiche della virtualizzazione delle esperienze e delle relazioni.
Un libro stampato rimane, permette di sfuggire a quello schiacciamento temporale di cui parlava la Noelle-Neumann e contemporaneamente suggerisce un approccio alla conoscenza che non è di accumulo, di archiviazione, ma di consultazione e di indagine critica.

Ti è mai capitato di trovare suggestioni diverse leggendo lo stesso libro in due momenti diversi della tua vita? Avere un libro sullo scaffale o sul comodino, anche se già letto o mai finito, incita alla sua rilettura, specialmente quando si tratta di saggistica o manualistica. Anche il passaggio di mano di un testo stampato comporta una dinamica relazionale tra le persone più sana che il download di un file. Almeno per noi.

Per lo stesso motivo abbiamo scelto di non rivolgerci ad una casa editrice in particolare, di evitare il mercato editoriale e la grande distribuzione. Vogliamo stimolare e costruire dei processi e delle connessioni che siano più umane che commerciali. Alla fin fine il libro è una scusa.

Ma io lo sto leggendo in formato digitale.

La stampa costa e pure parecchio. Anche se quello appena detto lo sentiamo come molto rilevante, non possiamo ignorare la disponibilità economiche di chi ha il desiderio di leggerlo. L'accessibilità al sapere dovrebbe essere gratuita, per quanto possibile. La priorità è sicuramente questa, anzi è un'urgenza che dovrebbe essere ragionata in maniera più diffusa e abbiamo fatto del nostro meglio per andare in questa direzione. In ogni caso in fondo al libro ci sono le indicazioni per stamparlo se vuoi.

A questo proposito, perché è così grande?

Abbiamo preferito un formato che incentivasse il commento, che desse una certa spazialità al ragionamento, dando a chi legge tutto il bianco necessario per esplorare le proprie riflessioni. È anche il motivo per cui i testi occupano poco più della metà della pagina. E poi fa più scena.

Su questo tema, il modo in cui è scritto non è molto scientifico, come mai?

Di saggistica sul tema ce n'è moltissima, i corsi di studio pure. Come dicevamo all'inizio non abbiamo mai voluto approcciarci alla questione nell'ottica del trattato.
Chi vorrà approfondire le questioni che abbiamo abbozzato non avrà problemi a trovare materiale, nelle ultime pagine del libro c'è una bibliografia pensata apposta per questo, non tanto per legittimare i nostri ragionamenti come accade nella scrittura scientifica, ma per avere strumenti teorici e pratici per potersi mettere subito all'opera. L'abbiamo organizzata come se fosse un piccolo piano di studio, divisa per argomenti e segnalandone la difficoltà.

Non c'è il rischio che venga preso poco sul serio?

Certamente. Ma non è un testo pensato per gli intellettualoidi, se fosse rivolto a loro avremmo sbagliato quasi tutto. Il motivo per cui abbiamo optato per una approccio più coinvolgente e diretto è proprio perché conosciamo l'importanza di tenere alto il livello di concentrazione quando si affrontano temi complessi e poco conosciuti. Adeguarsi alle molteplici esigenze e capacità di lettura non è stato semplice, ha richiesto un approccio oscillante tra l'informare a sufficienza e non scadere nel mega pippone incomprensibile, tra lo scrivere in modo colloquiale ed essere puntuali. Insomma, un po' mettere la pulce e po' spiegare senza tirarsela.

Ora come ora è un po' difficile poter sapere se abbiamo fatto bene o fatto male. Solo quando potremo confrontarci con chi lo ha letto potremo capire se abbiamo centrato il nostro obiettivo o se invece dobbiamo rimodularne la forma. Alla fine il punto non è mica la perfezione, ma imparare dall'errore e sbagliare meno e meglio.

Quindi, se ho capito bene, mi state dicendo che il tutto il testo è un'operazione di manipolazione... questo potrebbe creare della sfiducia da parte di chi lo legge, non credete?

Il punto è proprio questo: fino a quando terremo il focus della comunicazione politica sull'idea di consenso e di fiducia non ci libereremo mai dei sistemi oppressivi, perché sono facilmente dirottabili, specialmente quando ci sono degli squilibri di potere di mezzo. È ovvio che sono concetti che hanno un ruolo centrale in ogni relazione, senza i quali non è possibile cooperare, ma bisogna prestare molta attenzione a COME si arriva ad essere d'accordo.

Avere coscienza della propria vulnerabilità è un passaggio obbligato per chiunque voglia mettersi in una posizione che non sia solo di autotutela, ma di ampliamento dell'autonomia individuale e collettiva, quindi di Liberazione.

E la Liberazione è sempre un atto violento.

Poi oh, ci sarà sempre chi preferirà il dito alla luna, su questo non è che ci possiamo fare molto.

Ma allora come si possono diffondere messaggi e riflessioni e nel contempo svelare i meccanismi di manipolazione con cui sono stati confezionati?

La risposta che ci viene da dare è: ricostruendo relazioni sane che non siano basate sull'assertività, o meglio, su un concetto di "pace" relazionale che esclude la conflittualità come elemento positivo delle interazioni, ma esattamente al contrario. Insomma dovremmo concepire la comunicazione come fosse un'arte marziale, pericolosa si, ma anche disciplinante sul piano morale.

È nella capacità di metterci nei panni e provare a sentire le sofferenze altrui come fossero le proprie che si può accedere ad un piano comunicativo dinamico in grado di essere *fero o esse piuma* quando serve.

Non è molto chiaro, spiegatemi meglio che vuol dire.

Vuol dire che prima di arrivare a capire come funziona e come esercitarla con la giusta misura devi finire al tappeto qualche volta e devono aiutarti a rialzarti.

Facciamo un esempio:

Inquietante vero? Magari lo hai letto persino prima di quello che c'è scritto in cima a questa pagina. Questa immagine

viene spesso utilizzata dalle agenzie che si occupano di comunicazione per pubblicizzare le proprie abilità. A prescindere che lo sappiano fare o meno è un ottimo modo per attirare la clientela che, di fronte lo straniamento che produce la manipolazione esplicitamente dichiarata, non possono che sentirsi in ottime mani.

La potenza della suggestione viene trasmessa alterando la nostra abitudine alla lettura utilizzando forme, dimensioni e colori organizzati attraverso una precisa gerarchia visiva che va ad amplificare il senso del testo. In un modo piuttosto scaltro, quando è utilizzata a scopi pubblicitari, questa immagine dice: affidati a me perché io so come si manipolano le persone (e tu no). E funziona.

È lo stesso principio che sta alla base di ogni film ben scritto: mostrare, non raccontare. Che poi è un po' il succo di tutto il discorso. Non c'è alcun bisogno di manipolare o convincere se ciò che si fa, non solo funziona, ma è coerente con i propri valori. Solo che avere dei valori e rispettarli significa anche mettersi nell'ottica che ci sarà sempre chi non sarà d'accordo, quindi scontentare o escludere è parte integrante del processo decisionale e di radicalizzazione. Dopotutto, nostro malgrado, i nemici esistono e l'unico modo per progredire è ritenerli tali, scontrarsi con loro in conflitto. Meglio ad armi pari, no?

È una visione parecchio aggressiva, non temete che possa portare ad una spirale senza fine di violenza?

Più di quanto non lo sia già?
Potrebbe, ma rimanere a guardare è una postura che non ci riguarda. È un po' come dire "la violenza è sempre sbagliata." È molto facile dire questa cosa, ed è pure molto comodo, ma non è affatto una posizione neutrale.

Per dirne una: scioperare, fermare o rallentare la produzione al fine di creare un danno economico per rivendicare migliori condizioni lavorative, per il padrone è sicuramente un atto violento. Ma lavorare senza misure di sicurezza o con turni massacranti o paghe da fame sotto il ricatto del licenziamento non lo è? Capisci bene che se chi lavora la pensasse come il padrone… farebbe comodo solo al padrone.

Alla fine dei conti è più che altro un fatto di onestà. Ammettere la complessità e le sfumature è raramente una cosa piacevole. Prendere posizioni a riguardo quasi sempre sconveniente, perché crea divisioni e tende a comprimere nuovamente il discorso. Nel mezzo c'è la coscienza che fa da ago della bilancia.

Ok forse stiamo andando un po' troppo oltre. Tornando a noi, sul piano della costruzione e diffusione di messaggi come si traduce?

Significa declinare la profondità dei propri ragionamenti prima di tutto sul piano dell'accessibilità e comprensibilità, costruendo una tensione che possa innescare la volontà di approfondire, quindi di partecipare. È invitabile che ci sia una qualche grado di induzione, ma è un bel po' diverso

che andare in giro a strillare parole che vogliono dire qualcosa solo per chi le pronuncia o il cui senso è stato deformato da chi ha il controllo dell'opinione pubblica. La comunicazione politica esiste solo in qualità del valore sociale che promuove e della sua funzionalità, altrimenti diventa un esercizio di stile piuttosto inutile.

Raccontare una storia è un modo molto antico per fare questa cosa. Solo che per essere credibili bisogna sapersi immedesimare e soprattutto far immedesimare. ***Fra contadini*** (1883) di Errico Malatesta ne è un fulgido esempio. La diffusione fu virale, come diremmo oggi; nell'arco di neanche 20 anni fu tradotto in decine di lingue diverse e ancora oggi conserva una certa efficacia.

Potremmo dire che il vero potere sta proprio nel dare forma ai pensieri e che tutto è forma?

Certo che si, ma è pure facile poterlo dire considerando che ci stiamo auto-intervistando. - *Stai dicendo che non esisto?* - Per certi versi sei esistito nella mente di chi ha letto questa finta intervista per il tempo della sua lettura. (Ma non sarebbe la prima volta che Luther Blissett s'inventa strani trucchi Jedi per celare la propria esistenza. Diventa difficile dirlo con certezza.) In ogni caso, non è solo nel dare una forma, ma anche nel mutarla, nel modificarne gli andamenti celando o sottolineando alcuni aspetti, come ad esempio spezzare la forma del dialogo e mimetizzare l'ultimo commento di Luther all'interno di questo paragrafo. Se avessimo mantenuto la struttura dialogata delle pagine precedenti avremmo corso il rischio di disinnescare la trappola narrativa che ti ha portato fino a questo punto, perdendo di efficacia. Come dicevamo: mostrare, non raccontare.

Prendiamo ***The East***, il film scritto da Zal Batmanglij e Brit Marling del 2013. Teniamo in mente il periodo di grande crisi economica e politica di quegli anni. La trama è piuttosto semplice: un'ex agente dell'FBI, lavora sotto copertura per conto di un'agenzia privata di spionaggio che cura gli interessi di diverse multinazionali. Il suo compito è quello di infiltrarsi in un collettivo di ecoterroristi, *The East*, responsabile di numerosi raid e attacchi ai danni di compagnie accusate di crimini ambientali o pratiche contro la salute dei cittadini. La brava cittadina tutta dio, patria e famiglia (che suscita una certa antipatia fin da subito) lentamente prende coscienza della giustezza della causa e i suoi principi morali ultra conservatori vacillano fino a quando non decide di abbandonare la propria missione e passare dall'altro lato. Aggiungi una love story che non fa mai male. Condisci tutto con una serie di azioni di denuncia spettacolari e una rappresentazione delle dinamiche interne del collettivo tanto radicali quanto inclusive, ecco che se hai una minima propensione al mondo libertario e ai suoi principi il film ti ha acchiappato. Tutto ti dice: siamo con te, le multinazionali che inquinano l'ambiente e fanno profitti sulla pelle dei cittadini non la possono passare liscia, è giusto punirle, i veri terroristi sono loro… fino ai titoli di coda, dove emergono le posizioni politiche del film sul tema del terrorismo. Sicuramente non è il film più bello mai fatto eh, ma è interessante notare come è possibile costruire quel coinvolgimento emotivo necessario a suggestionare la coscienza politica di chi lo guarda.

quale storia racconta
questa immagine?

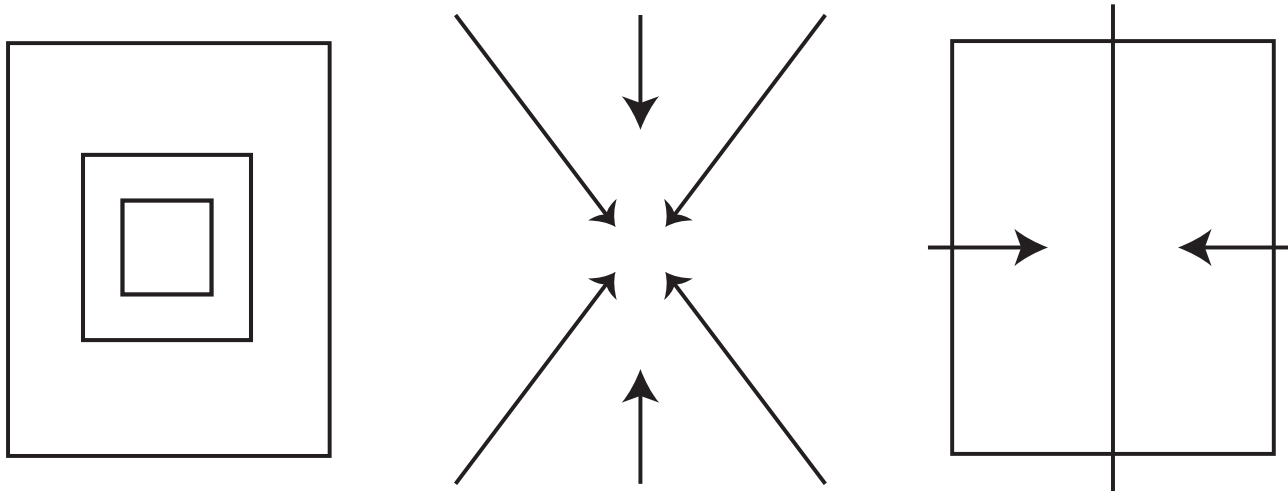
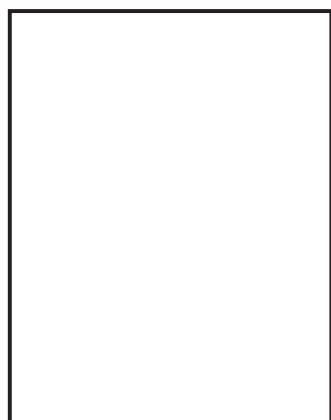
per cosa potrebbe
essere stata utilizzata?

reduce
psychic tension

Valium®
(diazepam)

ROCHE LABORATORIES
Division of Hoffmann-La Roche Inc.
Nutley, N.J. 07110

Ritaglio di una **pubblicità del Valium** del 1965
(un tranquillante a base di benzodiazepine prodotto da La Roche)

Il viso umano e i suoi elementi, così come le mani, esercitano una grande fascinazione su di noi, ma l'efficacia di questa iconica pubblicità non sta solo nell'espressione del volto. La struttura narrativa della "riduzione della tensione psichica" viene raccontata anche utilizzando la forma del quadrato, in una progressione che parte da un rettangolo, e dalla simmetria dell'impaginazione.

Se avessimo avuto i tre volti uno accanto all'altro e della dimensione uguale, il senso di riduzione sarebbe stato molto meno efficace, nonostante la progressione. Inoltre, essendo uno psicofarmaco, l'elemento centrale da tenere in considerazione è l'individuo, per questo svolge un'ulteriore ruolo la sovrapposizione delle immagini.

Nella ***psicologia delle forme***, il quadrato è simbolo di stabilità ed equilibrio.

`l'originale sull'`**`American Journal of Psychiatry`**` del 1965`

Anche se la nostra abitudine alla pubblicità ci rende più familiare l'immagine nella pagina a sinistra, un ritaglio moderno della versione originale qua a destra, dobbiamo considerare che questa pubblicità era pubblicata all'interno della rivista ufficiale dell'American Psychiatric Association, non esattamente una rivista di costume, in un periodo in cui la *"rivoluzione" della terapia farmacologica* e il suo mercato stavano ancora sbocciando.

Stessa frase, forma diversa = messaggio diverso, persone conivolte diverse.

Due frame dell'episodio Lisa's Substitute, The Simpsons, di Matt Groening, II stagione, ep. 19. Prima tv 25 aprile 1991

Gli esempi potrebbero essere infiniti.

Ma forse è veramente tutto qua.

la Forma
è
Potere
un modo per
organizzare la
Realtà

Rifiutare il controllo della forma manifesta l'accettazione della forma di qualcun altro.

Vale per ogni tipo di forma: dal poster all'urbanistica, dalla disposizione dei banchi in una classe alla linea di produzione di una fabbrica, dal bar in cui vai a fare aperitivo al tribunale. Questo non vuol dire che bisogna avere sempre e comunque il controllo assoluto e dispotico della situazione, ma avere quanto meno la possibilità reale di scegliere. Dopotutto cosa sono autogestione e autogoverno se non la possibilità collettiva e libera di dare forma alla propria realtà in modo costante (che non si significa che non esistano regole).

E qui arriviamo al secondo strumento di comunicazione politica:

DAI FORMA AL TUO AMBIENTE

Come abbiamo visto tutto il processo retorico ruota attorno alla censura, alla rimozione di alcune parti del discorso al fine di rinforzare le proprie posizioni e permetterne la fermentazione. Operare questo taglio è un passaggio obbligato per cominciare a ragionare. Se sei in una situazione di confino o marginalità viene relativamente spontaneo (desiderare di) ritagliarsi uno spazio-tempo in cui sottrarti al disagio o al malessere che provi.

Sembra banale, ma come puoi ampliare il tuo margine d'azione se l'ambiente ti è ostile in partenza?

L'elemento disciplinante di un ambiente non è dato solo da ciò che ti è permesso fare o da come sono ordinate le attività che devi o puoi svolgere al suo interno, viene sostenuto e suggerito indirettamente dall'organizzazione degli spazi e dagli elementi che lo compongono. Il comportamento individuale e

"[...] ognuno di noi era costretto dal sistema della noia della vita urbana ad una serie di passaggi obbligati: l'autotrasporto per la scuola o il lavoro, la deprimente passeggiata pomeridiana nei luoghi del consumo a mo' di struscio (un retaggio del sistema della noia della vita paesana), la serata nei transiti coatti (non a caso sono così chiamati i suoi frequentanti) dove si consuma quella merce di massa che è il tempo libero.

La propria esistenza è così vissuta in "Spazi Chiusi" dove il movimento è dato una volta per tutte, predefinito dagli spazi stessi, e non esiste possibilità, nel loro uso "normale", di uscire dalla coercizione del già definito.

Recinti.
Astratti pur essendo concreti."

~ Luther Blissett, 1993 c. ~

collettivo viene indotto a partire dall'ambiente e dal clima/atmosfera di cui è carico - caricato. Questo rende molto difficile riuscire ad organizzarsi all'interno di spazi che hanno una forte predisposizione all'alienazione, come possono essere una scuola o il luogo di lavoro, ma anche una metropoli o un social network, le cui dinamiche interne sottintendono una forte tendenza all'isolamento, all'omologazione dunque alla repressione. Ciononostante l'influenza dell'ambiente sulle relazione tra persone è sempre presente e può giocare sia un ruolo negativo come invece molto positivo, per questo è importante dotarsi di uno spazio privato dove potersi formare, ragionare e prendere decisioni in discontinuità con l'ambiente nel quale si vuole intervenire.

Ma a cosa facciamo riferimento quando parliamo di ambiente?

Facilmente potremmo intenderlo come un luogo fisico, una stanza, uno spazio delimitato da porte e finestre all'interno del quale succedono delle cose. Non sbaglieremmo. Facendo però un piccolo sforzo di astrazione porte, muri e finestre possono anche essere anche intese come punti d'accesso o limiti ad una dimensione che non è quella della corporeità nel senso stretto. Per intenderci, anche una rivista è un ambiente, tanto quanto lo è un social network o una casa. Al loro interno si instaurano dinamiche e relazioni più o meno controllate in cui le informazioni circolano e vengono distribuite attraverso movimenti precisi regolati da chi da organizza e possiede l'ambiente stesso e ne decide i punti d'accesso e addirittura chi ne può avere accesso. Nel caso di un libro le informazioni sono selezionate da chi lo scrive, organizzate da chi lo impagina e non permettono un'interazione o un confronto tra chi legge e chi scrive. Lo spazio della discussione è rimosso a priori e vieni eventualmente spostato o permesso in ambienti altri: ciò che sta al suo interno è diffuso in una maniera verticale, senza possibilità di replica diretta... una rivista, che per ovvie questioni esprime una pluralità di voci di solito su argomenti affini, comunque non permette uno scambio

diretto tra chi scrive e chi legge, ma coinvolge sul piano della riflessione partecipata incentivando la moltiplicazione dei punti di vista e delle prospettive, in cui tuttavia il potere rimane sempre alla carta e all'autorità di chi effettivamente ci scrive sopra e ne decide la linea redazionale.

Forse ci stiamo attorcigliando un po' su questa questione.

Quello che stiamo cercando di dire è che avere cura e ragionare con attenzione di come l'ambiente possa influenzarci è un nodo centrale nel processo di radicalizzazione e per questo è importante avere uno spazio proprio.

Lo studio degli effetti sulla mente umana derivati dal condizionamento ambientale è chiamato ***psicogeografia*** (ma su questo avremmo troppe parole da spendere perciò soprassederemo).

A prescindere da quale sia l'ambiente di cui stiamo parlando tuttavia non è sempre disponibile un luogo privato "di proprietà" dove incontrarsi e confrontarsi: parti da un luogo amico che abbia uno spazio di discrezione che vi permetta di focalizzarvi, ma ricorda: lo spazio privato tende a centralizzare e ad alimentare il potere nelle mani di chi ospita, perciò se non hai a disposizione uno spazio neutrale o collettivo cercate di ruotare e spostarvi fino a quando non riuscirete ad avere uno spazio tutto vostro da poter modellare e autogestire secondo le vostre regole e principi.

È un discorso che vale tanto per il posto in cui vi trovare a ragionare quanto per il luogo in cui i vostri ragionamenti vengono resi pubblici.

Potendo sintetizzare questo ragionamento un po' ingarbugliato con uno slogan preso in prestito da **IndyMedia**, la rete di comunicazione di massa indipendente nata per sostenere le mobilitazioni in opposizione al forum dell'*Organizzazione Mondiale del Commercio (WTO)* nel 1999 a Seattle:

"Don't hate the media.
Become the media."

Parlando dell'**Indipendent Media Center**, il motto "***non odiare i media, diventa i media***" si riferiva al bisogno collettivo di

Redazione di RadioGAP, facente parte del circuto dei *Media Center* attivati durante la mobilitazione contro il **G8 di Genova. Scuola Diaz, luglio 2001.**

Se vuoi approfondire l'esperienza di degli IMC in Italia la trovi raccontata nel libro: **Millennium Bug. Una storia corale di Indymedia Italia.** Pubblicato da Edizioni Alegre (2021)

dotarsi di uno strumento che potesse sfidare l'oligopolio della libertà d'espressione attraverso la costruzione di una piattaforma multimediale autogestita (nel 2002 operava attorno a 89 nodi, sparsi per 31 stati diversi in 6 continenti) sulla quale far circolare informazioni, notizie, comunicati che nei media mainstream non trovavano spazio, venivano silenziati o raccontati in modo distorto e fazioso.

Per intenderci, in Italia ad oggi, tutta l'informazione è in mano a 5 società che controllano la stragrande maggior parte delle agenzie di stampa, dell'editoria e della televisione, di proprietà di famiglie e gruppi imprenditoriali che ovviamente hanno precisi interessi economici e politici. Scatole cinesi di società di società, in cui le informazioni vengono confezionate e dettate (anche attraverso voci moderatamente critiche) in favore degli interessi dei loro proprietari. Queste 5 famiglie sono: Agnelli con il gruppo Exor, Berlusconi con Fininvest, Urbano Cairo con CairoRCS Media, Caltagirone con la Caltagirone s.p.a. e la Famiglia Monti Riffeser con la Monrif.

Di cosa si occupano? Cazzo di tutto.

Oltre al settore della comunicazione e dell'editoria basta fare una semplice ricerca per veder spuntar fuori società che vanno dallo sport alla produzione di veicoli, da banche e assicurazioni all'immobiliare, con investimenti in altre società a cascata nei settori dei combustibili fossili, militari e altre cose simpaticissime. (Ma è un'altra storia)

Questo non significa che non esistano alternative di alcun genere a quel tipo di informazione, semplicemente la loro possibilità di essere altrettanto influenti è molto minore. Sul piano dell'informazione di massa c'è ben poco da dire: sarebbe un assurdità lanciarsi nella sfida per la direzione dell'opinione pubblica contro questi colossi, specialmente quanto la proposta comporta un livello di radicalità che già sappiamo non essere condiviso.

Il divario però che separa l'opinione pubblica dal "paese reale" trova una crepa sul livello della persona e del territorio che abita, luoghi in cui la pervasività dell'informazione di sistema perde efficacia sul piano delle relazioni interpersonali. Per questo è importante avere a disposizione uno spazio privato sul proprio territorio dove ragionare al di fuori degli schemi della maggioranza (o di quella che percepiamo come tale), estromettendo le ingerenze, alla fine dei conti padronali, dalle nostre riflessioni. Avere uno spazio, per quanto sia essenziale nel processo di comunicativo, permette di poter ampliare lo spazio espressivo individuale e collettivo, ma non potrà mai essere sufficiente da solo. Innanzitutto bisogna avere qualcosa da dire e, ancor di più, deve essere comprensibile.

Prima di arrivare al come ci si rende comprensibili, ci vorrà ancora qualche pagina, dobbiamo sottolineare un aspetto non trascurabile che riguarda l'ambiente e la sua gestione: ogni qual volta un gruppo comincia ad organizzarsi, a prescindere dal modo e dai numeri, ha una certa predisposizione a chiudersi. Questo non è di per sé un male, anzi, fa parte del processo di radicalizzazione

che inevitabilmente comporta una certa divisione tra chi pian piano accumula esperienza e chi, da neofita, deve ancora raggiungere gli stessi livelli di consapevolezza e conoscenza. È normale.

Ogni gruppo si codifica spontaneamente e costantemente, cioè costruisce sistemi comunicativi interni attorno a ritualità e linguaggi del tutto specifici e complessi che mutano e si trasformano consolidando l'identità collettiva del gruppo. Lo si vede anche relazioni "non politiche", come nelle comitive e simili, tuttavia nel caso di persone che si trovano con finalità politiche, questo meccanismo sottintende in modo frequente gerarchie e strutture di potere che si sviluppano attorno a molteplici aspetti come possono essere il carisma, la disponibilità di tempo, il genere, l'età, le competenze…

Bisogna prestare molta attenzione a questi aspetti, in modo particolare quando ci si da delle prospettive di orizzontalità o anti-autoritarie. Non discuterne, invisibilizzarle, ignorarle o darle per scontato facilmente condurrà il gruppo a scindersi o diventare completamente autoreferenziale. Quasi sempre in modo alquanto spiacevole.

Il sociologo e politologo Robert Michels definì questa deriva ***Legge ferrea dell'oligarchia***. Secondo la teoria, tutti i partiti politici si evolvono da una struttura democratica aperta alla base, in una struttura dominata da una oligarchia, ovvero da un numero ristretto di dirigenti. Questo è causato dalla necessità di specializzazione, la quale fa sì che un partito si strutturi in modo burocratico, creando dei capi sempre più svincolati dal controllo dei militanti di base. Con il tempo, chi occupa cariche dirigenziali si "imborghesisce", allontanandosi dalla base e andando a costituire un'élite compatta. Nello stesso tempo, il partito tende a moderare i propri obiettivi: l'obiettivo fondamentale diventa la sopravvivenza dell'organizzazione e non la realizzazione del suo programma.

M. Cotta, D. Della Porta e L. Morlino, **Scienza politica**, Il Mulino, 2017, pp. 221-224

Anche se Michels è stato molto criticato e ragionava di un'epoca, la prima metà del

novecento, in cui il soggetto politico di riferimento era la massa, la "naturale sete di potere" di chi fa politica e il "bisogno" delle persone di essere comandate (che lo studioso considerava come cause psicologiche che portano all'oligarchia) suonano piuttosto familiari per chi ha fatto parte, almeno per un po' di tempo, di certi contesti autorganizzati.

Per quanto possa essere interessante analizzare affinità e divergenze di questa teoria negli ambienti *dal basso*, un buon modo per evitare che questa legge, qualora fosse anche vagamente reale, si presenti, è dato dalla costruzione di situazioni – ambienti non decisionali e operativi, ma formativi.

Luoghi e tempi, che facciano da cinghia di trasmissione, in cui decostruire le pratiche e le dinamiche decisionali, restituire profondità ai processi storici che ci riguardano e analizzare collettivamente le possibilità e le prospettive d'azione nel presente. In una parola: educarsi.

È in questi luoghi che le idee possono trovare un potenziale sovversivo di maggior portata, nella fattispecie su un piano temporale di lunga durata, proprio per questo non esiste alcuna organizzazione politica che, in un modo o nell'altro, non se ne sia dati e che, contemporaneamente, non si sia prodigata per contrastare o sopprimere quelli che reputava antagonisti. La conoscenza è notoriamente pericolosa e scomoda, in primo luogo dal punto di vista contenutistico (nel selezionare e/o distorcere le informazioni) e secondariamente, ma in maniera più profonda, nel disciplinare il processo di apprendimento e il rapporto con l'*autorità insegnante* e più in generale con l'autorità costituita.

COMUNICARE È UN ATTO INTRINSECAMENTE PEDAGOGICO

che può assumere svariate declinazioni: istruire, formare, insegnare o educare, sono parole che sottintendono, fin dall'etimologia, specifici modelli di trasmissione della

Una lezione di Jineoloji, *la scienza delle donne*, a Jinwar, *il villaggio delle donne* in Rojava (Nord-Est della Siria), giugno 2018.

conoscenza che, a loro volta, implicano e alimentano specifiche meccaniche di potere.

L'apprendimento umano e non umano è e rimarrà un campo d'indagine straordinariamente complesso e dalle molteplici applicazioni che trova nell'organizzazione sociale e comunitaria un terreno tanto problematico quanto fertile.

Sulla cura di questo terreno si gioca una partita le cui regole sono tutte ridefinibili.

Gli ambienti di questo tipo, di discussione, revisione ed organizzazione, nonché di un più "classico" insegnamento, hanno un ruolo di grande rilevanza durante tutte le fasi di

radicalizzazione di un gruppo e nei casi in cui si raggiunga una dimensione comunitaria, avendo l'obiettivo di farla perdurare e di allargarsi, è importante che assumano i tratti di vere e proprie scuole.

In linea con i propositi che abbiamo già espresso, il concetto di autodeterminazione occupa una posizione di rilievo all'interno di tutto il discorso ponendosi ancora una volta in modo antitetico a quello di consenso. La difficoltà sta nella tensione che intercorre tra il bisogno di unione con la possibilità di dissentire e la gestione di questa eterna conflittualità.

Centri studi, *think tank*, congressi, forum, osservatori, così come altri organi più o meno permanenti o strutturati, svolgono un ruolo chiave in ogni organizzazione sociale, propriamente politica o no. Aldilà dei momenti dedicati alla condivisione di ricerche, dati, tecniche, teorie e della loro discussione, nel porsi come catalizzatori del pensiero svolgono e hanno svolto, anche attraverso scissioni e conflitti interni, una funzione irrinunciabile, ancor prima dei momenti decisionali, puramente comunicativa che nei fatti muove il mondo e ne moltiplica le letture possibili.

Cospirare vuol dire respirare insieme. Tramare vuol dire tessere relazioni.

A prescindere dai temi e dai contenuti, la possibilità trasformativa e la forza insita nelle riunioni, grandi o piccole che siano, risiede negli aspetti relazionali che permeano e si generano dentro e attorno questi ambienti – situazioni. La convivialità, il gioco, lo spettacolo, il riposo (!), ma anche il consumo (purtroppo), arricchiscono e consolidano gli aspetti associativi tra le persone che fanno da base a qualsiasi presupposto d'azione.

I rapporti di amicizia e la fiducia di cui necessitano per svilupparsi, sono parte integrante di ogni gruppo che si costituisca al di fuori delle dinamiche del *lavoro salariato*, cioè quelle in cui la volontarietà è sostituita da

un qualche tipo di compenso (economico, reputazionale, carrieristico, emotivo o via dicendo). I momenti di socializzazione sono importanti tanto quanto quelli più formali e possono essere il luogo per approfondire gli aspetti che abbiamo appena citato brevemente. Non solo, stare insieme anche dopo i momenti di riunione " ufficiali" è un ottimo modo per poter discutere degli argomenti appena trattati con maggiore libertà espressiva, meno ansia e un coinvolgimento personale più diretto e intenso.

Trattando questa materia dobbiamo riconoscere l'esistenza di difficoltà molto diverse nell'applicazione di queste proposte. A seconda della condizione in cui ti trovi, ad esempio se già fai parte di una qualche tipo di gruppo o se invece parti da zero e vorresti crearne uno, dovrai scontrarti in ogni caso con la necessità di progettare.

DATTI UN METODO

Metodo e organizzazione, possiamo considerarli sinonimi. Senza infilarci in questioni sui massimi sistemi e nei grandi dibattiti della teoria politica, ma pure della scienza e della filosofia, abbiamo alcune considerazioni che ci interessa sottolineare per aprire il discorso:

Ci sono un'infinità di metodi e modelli che hanno peculiarità, limiti e possibilità tutti da indagare. **IL MEZZO È IL MESSAGGIO** (non ci stancheremo mai di ribadirlo): Il modello organizzativo è prima di ogni altra cosa l'espressione silenziosa della stessa teoria che persegue (o nel caso non ci fosse un ragionamento a riguardo, che imita). La credibilità dei suoi contenuti e di conseguenza la fiducia che mira a costruire è più di ogni altra cosa veicolata a partire dalla dinamica relazionale che insiste durante le sessioni progettuali ed extra-decisionali. Ogni interazione si organizza spontaneamente e inconsciamente attorno a capacità e privilegi,

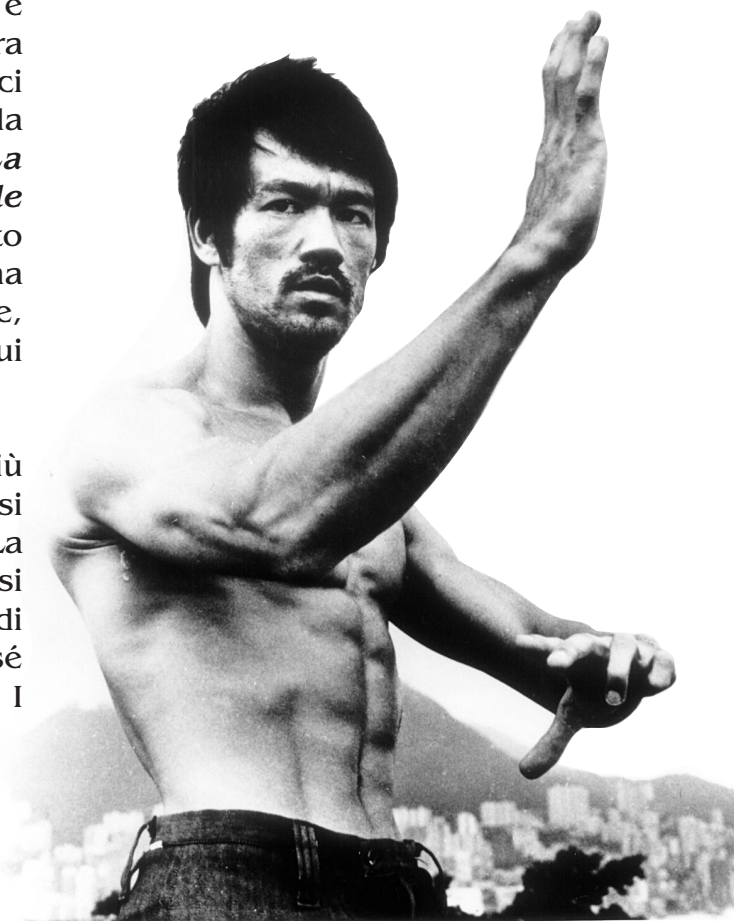
a partire da quelli socializzati come tali, creando delle gerarchie di potere che si consolidano e si strutturano nel tempo. Conoscersi e riconoscersi, quindi organizzarsi e riorganizzarsi, attraverso le differenze che ogni partecipante possiede (e che può sviluppare) permette di raggiungere quegli obiettivi con un minor dispendio di energie, di risorse e con maggiore velocità.

"L'organizzazione burocratica è un sistema organizzativo incapace di correggersi in funzione dei propri errori e le cui disfunzioni sono diventate uno degli elementi essenziali del suo equilibrio"

~ Michel Cozier, Il fenomeno burocratico, 1969 ~

"Be water" diceva Bruce Lee, riprendendo, guarda caso, Sun Tzu. L'organizzazione non può e non deve essere fraintesa come obiettivo, ma essere lo strumento per la loro realizzazione. Il modello organizzativo deve darsi in principio come potenzialmente mutevole e dotarsi degli strumenti necessari per permettere il suo adeguamento al variare delle esigenze e delle situazioni. Rimanendo ovviamente in linea con i propri principi, *se no che senso ha.*

A questo proposito, prima di andare oltre e comunque ben coscienti della natura terribilmente seria di quanto detto finora, ci sentiamo di consigliarti la lettura della famosissima raccolta di Arthur Bloch ***La Legge di Murphy e altri motivi per cui le cose vanno a rovescio (1977)***. Per quanto possa sembrare fuori luogo, raccoglie una serie di massime che aiutano ad affrontare, soprattutto emotivamente, il principio per cui "qualsiasi cosa possa andare storta, lo farà."

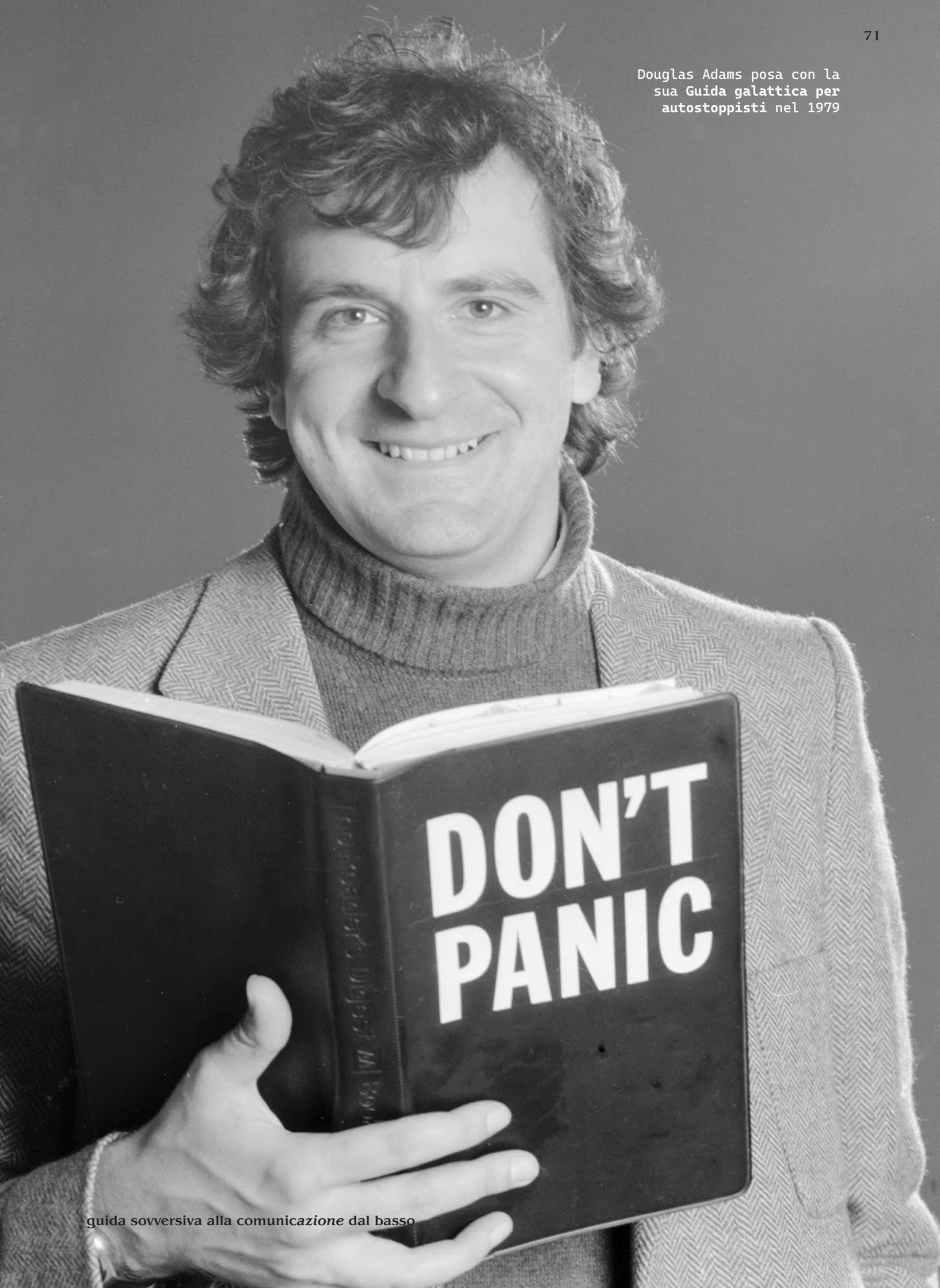
In ogni caso, l'aspetto più rilevante (e più diffusamente sottovalutato) di qualsiasi operazione politica è la sua pianificazione. La fase progettuale, antecedente a qualsiasi azione che voglia avere una qualche tipo di senso, ha il grande pregio di essere di per sé conflittuale nei confronti del sistema. I concetti di emergenza e di crisi perenne o

addirittura di *policrisi*, nei quali il capitalismo sguazza e si riproduce, sono illusioni retoriche utili a giustificare l'applicazione di provvedimenti solitamente già preparati. Rincorrere l'emergenza e le sue logiche mette, chiunque consideri e affronti come tali (l'insorgenza de) i propri problemi, in una condizione di enorme svantaggio e allarme alla lunga controproducente e inutile.

Lo citavamo già parlando degli studi della Noelle-Neumann: lo schiacciamento sul tempo presente della prospettiva temporale di cui sono generatori i mass media, in particolare i social media, è chiaramente complice della grande *pandemia di disturbi mentali* (di cui sta parlando da un po' di tempo l'OMS) con cui ci stiamo confrontando. Ansia, depressione e disturbi dell'attenzione sono nostro malgrado parte integrante di un sistema di cause ed effetti che influenza moltissime persone all'inazione, come fosse un vero e proprio strumento repressivo.

Rieducarsi alla pianificazione strategica, allenarsi alla cooperazione e reimparare a studiare è un compito proficuo nei termini della realizzazione di propositi, sicuramente arduo, ma alla lunga asseconda un ancor più proficuo miglioramento delle proprie condizioni di salute mentale operando proprio a livello della riconquista della prospettiva temporale di cui i cambiamenti hanno bisogno come condizione sine qua non.

Il migliore dei consigli che ci sentiamo di darti per cominciare è proprio quello che trovi nella pagina qui affianco, incipit della *guida più venduta dell'universo*: ***NIENTE PANICO!***

Proseguendo con i consigli progettuali, come buona prassi è molto utile **FARE AUTOCOSCIENZA.** Prima di imbarcarti un'avventura, prenditi un momento di confronto per capire cosa sai o non sai fare, quanto tempo hai a disposizione e quale carico di lavoro puoi sostenere. È importante prendere questo momento seriamente, affrontandolo con onestà, fiducia e rispetto reciproco, perché sarà il metro di misura con cui prendere decisioni il più obiettive

Douglas Adams posa con la sua **Guida galattica per autostoppisti** nel 1979

possibile. Conoscere il morale e il clima emotivo durante il percorso che fate assieme ha il suo perché per la buona riuscita di un progetto, specialmente di fronte le difficoltà o le delusioni.

DEFINISCI LA QUESTIONE! A prescindere da quale sia il problema che hai evidenziato e di cui ti vuoi occupare, senza avere un quadro chiaro del perimetro entro il quale vuoi operare rende improbabile riuscire a venirne fuori. Analizzalo a fondo, cercane criticità o punti di rottura, le possibilità di manovra e soprattutto l'obiettivo da raggiungere.

È chiaro che senza un obiettivo dichiarato e condiviso, tutte le decisioni di ordine strategico si scontreranno prima di ogni altra cosa con la vaghezza delle vostre intenzioni. Parti da obiettivi grandi, scomponili dal generale al particolare ponendoti obiettivi minimi, intermedi e graduali. (Se parliamo di problemi sistemici, è inevitabile che le

The Ten Point Plan. Il programma in 10 punti che formalizzò a tutti gli effetti la nascita del Black Panther Party, il 15 ottobre 1966.

THE BLACK PANTHER

25 cents

Black Community News Service

THE BLACK PANTHER PARTY

The Ten Point Plan

1. WE WANT FREEDOM. WE WANT POWER TO DETERMINE THE DESTINY OF OUR BLACK AND OPPRESSED COMMUNITIES.

2. WE WANT FULL EMPLOYMENT FOR OUR PEOPLE.

3. WE WANT AN END TO THE ROBBERY BY THE CAPITALISTS OF OUR BLACK AND OPPRESSED COMMUNITIES.

4. WE WANT DECENT HOUSING, FIT FOR THE SHELTER OF HUMAN BEINGS.

5. WE WANT DECENT EDUCATION FOR OUR PEOPLE THAT EXPOSES THE TRUE NATURE OF THIS DECADENT AMERICAN SOCIETY. WE WANT EDUCATION THAT TEACHES US OUR TRUE HISTORY AND OUR ROLE IN THE PRESENT-DAY SOCIETY.

6. WE WANT COMPLETELY FREE HEALTH CARE FOR ALL BLACK AND OPPRESSED PEOPLE.

7. WE WANT AN IMMEDIATE END TO POLICE BRUTALITY AND MURDER OF BLACK PEOPLE, OTHER PEOPLE OF COLOR, ALL OPPRESSED PEOPLE INSIDE THE UNITED STATES.

8. WE WANT AN IMMEDIATE END TO ALL WARS OF AGGRESSION.

9. WE WANT FREEDOM FOR ALL BLACK AND OPPRESSED PEOPLE NOW HELD IN U. S. FEDERAL, STATE, COUNTY, CITY AND MILITARY PRISONS AND JAILS. WE WANT TRIALS BY A JURY OF PEERS FOR ALL PERSONS CHARGED WITH SO-CALLED CRIMES UNDER THE LAWS OF THIS COUNTRY.

10. WE WANT LAND, BREAD, HOUSING, EDUCATION, CLOTHING, JUSTICE, PEACE AND PEOPLE'S COMMUNITY CONTROL OF MODERN TECHNOLOGY.

October 1966

Black Panther Party

Platform and Program

What We Want

What We Believe

Huey P. Newton Minister of Defense

Black Panther Party

1. We want freedom. We want power to determine the destiny of our Black Community.

We believe that black people will not be free until we are able to determine our destiny.

2. We want full employment for our people.

We believe that the federal government is responsible and obligated to give every man employment or a guaranteed income. We believe that if the white American businessmen will not give full employment, then the means of production should be taken from the businessmen and placed in the community so that the people of the community can organize and employ all of its people and give a high standard of living.

3. We want an end to the robbery by the CAPITALIST of our Black Community.

We believe that this racist government has robbed us and now we are demanding the overdue debt of forty acres and two mules. Forty acres and two mules was promised 100 years ago as restitution for slave labor and mass murder of black people. We will accept the payment in currency which will be distributed to our many communities. The Germans are now aiding the Jews in Israel for the genocide of the Jewish people. The Germans murdered six million Jews. The American racist has taken part in the slaughter of over fifty million black people; therefore, we feel that this is a modest demand that we make.

4. We want decent housing, fit for shelter of human beings.

We believe that if the white landlords will not give decent housing to our black community, then the housing and the land should be made into cooperatives so that our community, with government aid, can build and make decent housing for its people.

5. We want education for our people that exposes the true nature of this decadent American society. We want education that teaches us our true history and our role in the present-day society.

We believe in an educational system that will give to our people a knowledge of self. If a man does not have knowledge of himself and his position in society and the world, then he has little chance to relate to anything else.

6. We want all black men to be exempt from military service.

We believe that Black people should not be forced to fight in the military service to defend a racist government that does not protect us. We will not fight and kill other people of color in the world who, like black people, are being victimized by the white racist government of America. We will protect ourselves from the force and violence of the racist police and the racist military, by whatever means necessary.

7. We want an immediate end to POLICE BRUTALITY and MURDER of black people.

We believe we can end police brutality in our black community by organizing black self-defense groups that are dedicated to defending our black community from racist police oppression and brutality. The Second Amendment to the Constitution of the United States gives a right to bear arms. We therefore believe that all black people should arm themselves for self-defense.

8. We want freedom for all black men held in federal, state, county and city prisons and jails.

We believe that all black people should be released from the many jails and prisons because they have not received a fair and impartial trial.

9. We want all black people when brought to trial to be tried in court by a jury of their peer group or people from their black communities, as defined by the Constitution of the United States.

We believe that the courts should follow the United States Constitution so that black people will receive fair trials. The 14th Amendment of the U.S. Constitution gives a man a right to be tried by his peer group. A peer is a person from a similar economic, social, religious, geographical, environmental, historical and racial background. To do this the court will be forced to select a jury from the black community from which the black defendant came. We have been, and are being tried by all-white juries that have no understanding of the "average reasoning man" of the black community.

10. We want land, bread, housing, education, clothing, justice and peace. And as our major political objective, a United Nations-supervised plebiscite to be held throughout the black colony in which only black colonial subjects will be allowed to participate, for the purpose of determining the will of black people as to their national destiny.

When, in the course of human events, it becomes necessary for one people to dissolve the political bands which have connected them with another, and to assume, among the powers of the earth, the separate and equal station to which the laws of nature and nature's God entitle them, a decent respect to the opinions of mankind requires that they should declare the causes which impel them to the separation.

We hold these truths to be self-evident, that all men are created equal; that they are endowed by their Creator with certain unalienable rights; that among these are life, liberty, and the pursuit of happiness. **That, to secure these rights, governments are instituted among men, deriving their just powers from the consent of the governed; that, whenever any form of government becomes destructive of these ends, it is the right of the people to alter or to abolish it, and to institute a new government, laying its foundation on such principles, and organizing its powers in such form, as to them shall seem most likely to effect their safety and happiness.** Prudence, indeed, will dictate that governments long established should not be changed for light and transient causes; and, accordingly, all experience hath shown, that mankind are more disposed to suffer, while evils are sufferable, than to right themselves by abolishing the forms to which they are accustomed. **But, when a long train of abuses and usurpations, pursuing invariably the same object, evinces a design to reduce them under absolute despotism, it is their right, it is their duty, to throw off such government, and to provide new guards for their future security.**

risposte dovranno essere sistemiche tanto quanto. Se ci pensi le ideologie, non sono altro che il tentativo di rispondere a più problemi della comunità declinando caso per caso uno schema morale condiviso)

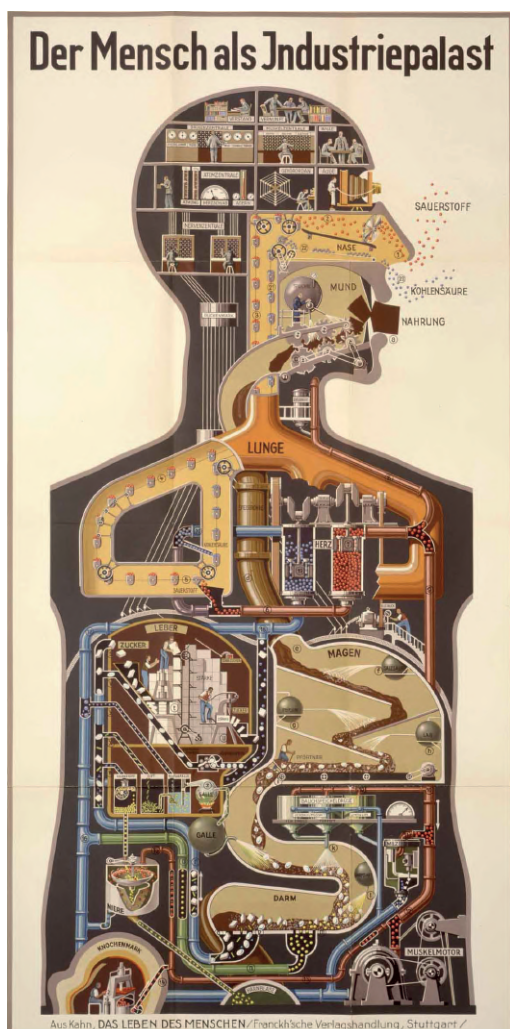
Prima ancora che essere parte del tuo sistema comunicativo verso l'esterno, visualizzare il problema e la sua possibile risoluzione (pessimismo e ottimismo sul piano dell'analisi sono egualmente problematici, ne distorcono la comprensione) è molto d'aiuto.

FAI RICERCA! Consulta le fonti storiche (possibilmente di scenari il più affini possibile al tuo), prova a capire come in posti e tempi diversi è stato affrontato lo stesso problema e con quali risultati. Raccogli dati sulle persone che hai interesse a coinvolgere o che potrebbero interessarsi. In gergo tecnico è definito ***target***, cioè l'insieme delle persone a cui ti rivolgi. Fare sondaggi e raccogliere informazioni relative alle abitudini o su quello che prova chi ti sta attorno può darti la possibilità di trovare porte d'accesso al loro coinvolgimento.

VISUALIZZA I DATI che hai raccolto. Presentazioni, infografiche, mappe concettuali sono strumenti efficaci per sintetizzare o semplificare concetti complessi rendendoli più facilmente discutibili. C'è da dire che la visualizzazione dei dati è uno strumento molto pericoloso per certi versi, perché ha la tendenza alla loro deformazione. Giusto per fare un esempio eclatante, prova a pensare al planisfero. Nella classica rappresentazione da aula scolastica, le proporzioni tra i continenti erano del tutto distorte, mostrando le nazioni del nord e del sud del mondo molto più grandi di quelle equatoriali: il continente africano intero ha una superficie di circa 30 milioni di km/q, la Russia poco più della metà, eppure appare molto più grossa. Sembra una stupidaggine, ma altera non poco la percezione delle cose, specialmente a livello culturale.

La cartografia critica o la ***controcartografia,*** tra le altre cose, è un ottimo strumento per riattivare un approccio ai territori, così come

filosofia
scienze
arti e tecniche
revisionismo
censura
"Marx e Freud"
le mode
politologia
industria culturale
storicismo
costo dei libri
condizionamento della ricerca scientifica
riforma della scuola
cretinismo dei mestieri intellettuali
la donna oggetto
letteratura d'evasione
interdisciplinarietà
culto dei valori
le cooperative
l'arte come espressione individuale
la droga
esclusione dei gruppi minoritari
lo sport
il sesso
tradizioni popolari
comunicazioni di massa
l'oppressione della donna
cultura popolare
il realismo in arte
la famiglia
i blue-jeans
"pluralismo"
cultura per il popolo
l'engagement
il turismo
"dia-mat"
riduzione
del materialismo
storico-dialettico
a ideologia
atlante secondo Lenin CARTA CULTURALE (1976 - E. Mari, F. Leonetti)

Enzo Mari e Francesco Leonetti,
Carta Culturale tratta da
L'Atlante secondo Lenin. Carte dello scontro di linea, oggi.
Edizioni L'Erba Voglio,1976

L'uomo come palazzo industriale, di Fritz Kahn, 1926,Stoccarda.

Kahn (1888-1968) è stato un ginecologo e pioniere dell'*infografica*. Era convinto che "lo stato di una cellula è una repubblica sottomessa a un'egemonia ereditaria dell'aristocrazia mentale, il suo sistema economico è un rigoroso comunismo".

alle idee, di trasformazione collettiva, ampliando e approfondendo specifiche tematiche che nel processo di visualizzazione emergono con chiarezza e maggiore leggibilità.

In questo senso potremmo definire la coscienza politica come l'abilità di cogliere i legami e i rapporti di forza che insistono tra le cose, le persone, gli eventi e il loro continuo mutare o strutturarsi in un dato contesto. Mappare può esserne la traduzione visiva: la pratica di evidenziare i fili rossi che costituiscono, nel loro insieme, le strutture del dominio e dello sfruttamento da poter recidere uno dopo l'altro.

Il ***brainstorming*** è una pratica collaudata per elaborare idee creative o risolvere un problema, sia in gruppo che individualmente, in cui il flusso generativo di proposte emerge a partire dalla loro esposizione tramite mappe mentali, ma non solo. Esistono infatti molti modi per incentivare i processi di problem solving collettivi, al centro però ci sono sempre la raccolta di informazioni, la creatività e la discussione... cose che, a differenza di quello che si potrebbe pensare, sono tutte capacità attivabili con la pratica, l'esercizio e qualche trucchetto. Per dirne alcuni: il ***metodo 6-3-5*** (detto anche ***brainwriting***), cominciare intenzionalmente con la condivisione di idee che reputiamo pessime (riduce l'ansia da presentazione, colloca chi partecipa allo stesso punto di partenza, rende il clima più confortevole), integrare momenti individuali con momenti collettivi, creare ***file di scorrimento*** o ***moodboard***... le possibilità sono veramente infinite, in ogni caso, vanno affrontate con la giusta serietà e spirito di squadra, altrimenti si rischia di creare un clima performativo del tutto controproducente.

Nel mondo del marketing e della comunicazione politica costruita su quei principi, queste pratiche sono ben rodate e si scontrano principalmente con limiti che hanno a che fare più con il budget che con la moralità, cosa con la quale noi invece, più o meno consapevolmente, dobbiamo

confrontarci. Elaborare soluzioni è strettamente collegato alla nostra curiosità e abitudine all'immaginazione, per quanto concerne l'approccio progettuale che ci interessa, la nostra fantasia (anche di ibridare o riattualizzare cose già pensate) deve essere funzionale al raggiungimento di obiettivi concreti che si scontrano con forze del tutto antagoniste ai nostri interessi. Fare i conti con queste forze, reazionarie o conservatrici che siano, comporta inevitabilmente anche la discussione di alcuni fattori di rischio che incidono notevolmente sulla capacità collettiva di ottenere risultati radicali e di moltiplicarsi. Quando si infrangono le regole o si sfidano sistemi oppressivi, le conseguenze possono essere anche molto spiacevoli o gravi a livello personale. In questo contesto è bene ragionare gli effetti delle nostre idee anche dal punto di vista repressivo (che può voler dire molte cose); obbligarsi ad un contraddittorio, entro certi limiti di sensatezza, può essere un buon modo per portare alla luce criticità (morali o procedurali) che i momenti di eccessivo entusiasmo o di carenze di idee possono nascondere.

A livello strategico, nell'ottica della comunicazione dal basso, possiamo tracciare sommariamente due macro aree di intervento, ognuna delle quali sottintende implicitamente richieste, presupposti e modalità differenti che non necessariamente si escludono a vicenda. La citazione della Meinhof con cui abbiamo aperto il libro è la sintesi estrema di questa divisione: **protestare**, a prescindere dal come lo si fa, suggerisce che il soggetto di riferimento preposto alla risoluzione del problema coincide con chi ricopre il ruolo di potere responsabile dello stesso e il compito di chi protesta è creare un clima di pressione tale per cui quel problema venga affrontato e/o risolto. **Resistere** invece, sposta la prospettiva di risoluzione direttamente su chi il problema lo subisce o percepisce come tale.

Parlando di processi e non di situazioni statiche ed immutabili, vittorie e sconfitte dell'una o dell'altra prospettiva spostano le

persone verso idee più o meno radicali (che possono arrivare anche alla resa chiaramente). Metaforicamente parlando, ciò che fa di un sasso lanciato o di una macchina bruciata un'azione politica e non un semplice reato è quanti sassi vengono lanciati e quante auto vengono bruciate. L'abissale differenza che intercorre tra le due cose è esattamente il compito della comunicazione politica: agevolare lo spostamento "posturale" delle persone verso le proprie idee/proposte, tenendo bene in mente che è ciò che accade e come viene raccontato, molto più delle belle promesse, che produce quel movimento. È a tua discrezione essere consapevole dei limiti oltre cui spingerti pur di ottenere ciò che desideri.

Guernica. Di Pablo Picasso, è passata alla storia come una delle più importanti opere '900. Il dipinto, del 1937, denunciò al mondo intero la ferocia del regime di Francisco Franco, che, ad opera dell'aviazione tedesca ed italiana, rase al suolo la città basca di Guernica nell'aprile dello stesso anno.

Nel palazzo delle Nazioni Unite a New York, all'ingresso della sala dal Consiglio di Sicurezza è esposto un arazzo che lo replica. Nel 2003, prima dell'annuncio dell'invasione dell'Iraq, l'arazzo venne coperto perché *faceva un po' brutto*...

C'è una terza area, non propriamente d'intervento, che sostiene le altre due: **denunciare.** Solitamente ha un carattere spiccatamente individuale (ma non per forza) e per questo motivo, si inserisce in un "filone comunicativo" che si avvicina di più al giornalismo d'inchiesta (quello fatto come si deve), alla ricerca scientifica e non di rado al mondo di quella che possiamo chiamare, in modo molto generico, arte nelle sue innumerevoli declinazioni e sfumature. Svolge un'imprescindibile ruolo di sostegno, ma ha un grosso difetto: l'esposizione di verità scomode, qualora fossero anche supportate da dati verificabili, se non riesce ad innescare

l'azione, esaurisce il proprio potenziale trasformativo se non trova un uditorio, o ancor peggio, nella polemica sterile o nella critica fine a se stessa alimentando scandali o inutili dibattiti, preziosissimi per il mantenimento della ***società dello spettacolo***, ma cancerogeni per la nostra capacità critica.

È innegabile che denunciare o protestare siano un buon modo per informare più persone dell'esistenza di un problema, ma bisogna tener conto del fatto che non è sufficiente a risolverlo e molte persone non vogliono aggiungere problemi (spesso complessi) a quelli che pensano già di avere, specialmente quando non li sentono in prima persona.

Anzi, è piuttosto comune che chi si (s)batte per questioni che non vengono percepite come importanti, diventi capro espiatorio o perfetto bersaglio delle frustrazioni e delle sofferenze di chi è vittima degli stessi sistemi oppressivi, di cui però non vede collegamento o ragione.

Mark Fisher in ***Il nostro desiderio è senza nome*** (Minimum Fax, 2020) dice: "La ragione per cui è tanto facile suscitare avversione per i "parassiti dei sussidi" sta nel fatto che, nella fantasia dei reazionari, queste persone sono riuscite a sfuggire alla sofferenza cui chi di noi ha un lavoro è invece costretto a sottomettersi. È una fantasia rivelatrice: l'odio nei confronti di chi richiede un sussidio rivela in realtà quanto la gente odi il proprio lavoro. Gli altri devono soffrire come soffro io: è lo slogan della solidarietà negativa, incapace di immaginare una via d'uscita all'immiserimento del lavoro." In modo analogo, ogni qual volta vediamo delle espressioni di dissenso, è quasi scontato vedere e leggere commenti come *figli di papà, teppisti, fannulloni, andate a lavorare* e via dicendo. Il fine è di screditare la validità delle riflessioni o delle ragioni portate suggerendo che chi protesta abbia così tanto tempo libero (dal lavoro principalmente), quindi grande disponibilità economica, da poterne buttare in futili questioni quasi per

noia. Queste persone, non consapevoli di essere manipolate da chi induce in loro questo senso di invidia, inevitabilmente non possono essere le persone a cui indirizzare i propri messaggi, almeno non all'inizio.

Il rovescio della medaglia è che molte persone che fanno attivismo, specialmente quelle più giovani, lo facciano per sopperire innanzitutto ad un legittimo bisogno di "essere parte di qualcosa" più che per motivazioni strettamente legate alla risoluzione di uno o più problemi.

Narcissus. Drown into yourself. Opera di *subvertising* realizzata da HOGRE, Roma , 2019.

Il subvertising è una pratica di **"sabotaggio culturale"**, in questo caso doppio: la rivisitazione di una pubblicità di una nota marca di smartphones e l'*hackeraggio* dello spazio pubblicitario.

Nonostante questa "doppia lama", ogni azione ha un triplice effetto: l'atto in sé, cioè cosa succede quando è agito; l'atto come narrazione, cosa dice di chi lo agisce; l'atto come esempio, quale precedente crea quando è agito. Perciò nella progettazione strategica chiedetevi: ha senso? È in linea con le nostre idee? È utile? Come possiamo utilizzarlo? Cosa vogliamo dire? Cosa dice di

AD BLOCK, 20 aprile 2023, Parigi, durante le mobilitazioni contro la riforma per l'aumento dell'età pensionabile.

noi? Ogni azione, con tutti gli strumenti e mezzi di cui sia avvale, ha insita nel suo svolgersi ed essere preparata aspetti politici, le implicazioni etiche e ideologiche del loro impiego, tattici, cioè le possibilità, i rischi e gli effetti del suo utilizzo e infine narrativi, la percezione, prima di tutto emotiva che genera

in chi la vede, ne ha notizia e la commenta.

In questo senso, le *azioni simboliche*, caricate di un valore marcatamente più narrativo che tattico, hanno spesso il risultato di spostare il dibattito sul come è stata detta una cosa, più che sulla cosa detta. È un vecchio trucco, estremamente efficace, tipico delle società democratiche (nel senso dei regimi rappresentativi): la validità della proposta trova legittimità di essere discussa o presa in considerazione esclusivamente se viene espressa tramite i canali ufficiali della rappresentanza e della legalità. Qualora ci sia anche solo una vaga infrazione dei codici e il più piccolo dei danneggiamenti, ecco che assistiamo alla condanna trasversale da parte di tutti quegli amanti del decoro, del pudore e della moralità che derubricheranno qualsiasi contestazione o minimo atto di insubordinazione ad atto violento da reprimere con fermezza. Tutto in nome della salvaguardia della sacra democrazia (e della proprietà privata). L'opinione pubblica, è il fantomatico campo di battaglia della validazione delle idee o della loro

Murale realizzato da Greenpeace Spagna in cima alla torre di raffreddamento della centrale termoelettrica di Meirama. Novembre 2018.

repressione. Ma questo solo se accettiamo di giocare la partita su un terreno tutto a favore delle forze a noi avversarie. Chiudendo con l'accetta il discorso, ci vogliamo rifare all'epilogo del saggio - manifesto ***No Logo*** (1999) di Naomi Klein, forse uno dei testi "recenti" più influenti nello sviluppo dei movimenti dell'attivismo del *terzo millennio*:

"Per anni, noi del movimento, abbiamo combattuto usando i simboli dei nostri nemici: i loro marchi, i loro grattacieli, i tavoli attorno ai quali si facevano fotografare. Li abbiamo usati come grida di richiamo, come punti focali, come mezzi di educazione popolare. Ma quei simboli non sono mai stati i veri obiettivi; sono stati soltanto delle leve, degli appigli. I simboli sono soltanto delle porte d'ingresso. ADESSO È IL TEMPO DI ENTRARE."

La lapidaria frase che chiude il libro della Klein non lasciamo molto spazio all'interpretazione, ma capiamo essere una prospettiva che non è detto ti appartenga. Il senso di urgenza al quale strizza l'occhio rientra nel percorso della coscienza personale, c'è poco da fare in tal proposito, per questo dobbiamo riallargare il focus delle nostre considerazioni ad una prospettiva che tenga conto di tutti i vari approcci al fare politica dal basso: al netto di cosa e come tu voglia affrontare ciò che ti sembra rilevante c'è un solo atteggiamento che "paga" veramente nei termini della crescita del coinvolgimento:

NON DARE TREGUA

Che siano mobilitazioni di piazza, atti di sabotaggio, scioperi, campagne di sensibilizzazione, azioni spettacolari o più o meno spericolate, pericolose ed illegali fa veramente poca differenza se si limitano ad essere exploit senza seguito. Esercitare la propria volontà con determinazione e

disciplina (sappiamo essere parole a tratti lontane dal nostro vocabolario), accettando di camminare i mille sentieri della conflittualità con creatività e capacità (auto) critiche, si può accedere ad una dimensione trasformativa veramente profonda. Estromettendo l'ipocrisia che una certa retorica movimentista sovrappone al fare politica dal basso, dobbiamo considerare che scegliere la via del cambiamento non è una cosa particolarmente piacevole: significa affrontare la sofferenza (propria e altrui), masticarla, digerirla, comprenderne la specificità individuale e ricercarne i collegamenti che la rendono un patrimonio collettivo. Nella collettivizzazione del dolore che provoca lo sfruttamento, il dominio e l'abuso fatto sistema risiede la possibilità di modificare la realtà. Il sentimento solidale, la capacità immaginativa, la fantasia emotiva sono a tutti gli effetti le porte di ingresso per chi abbiamo di fronte, il che le rende delle vere e proprie armi mentali che meritano cautela e attenzione, ma sono anche il motore di ogni azione che abbia uno scopo più ambizioso del soddisfacimento delle proprie pulsioni egoistiche e che possono, più di ogni altra cosa, permetterti di passare da una condizione di isolamento e ricatto alla dimensione più impressionate del potere. Quello esercitato insieme.

Valutare con saggezza, in modo responsabile e pragmatico le risorse e le opportunità che abbiamo a disposizione e che ci si presentano *nel qui ed ora*, nella complicità della fatica e della ricerca di un orizzonte comune, ci consente di muoverci da dove ci troviamo ad un luogo molto diverso.

Queste cose non si insegnano, si imparano da chi abbiamo attorno e dai loro comportamenti. Calibrare parole e gesti, movimenti e atteggiamenti, potrebbe suonare quasi il contrario di quella che in maniera molto vaga chiamiamo libertà, eppure l'esempio, quando viene declinato nello sfidare l'oppressione (quindi con una certa fermezza di solito moooolto sconveniente) produce effetti che toccano intimamente chi quell'oppressione la riconosce come tale.

Il ventiseienne **August Landmesser** si rifiuta di eseguire il saluto nazista al passaggio di Adolf Hitler durante una visita all'arsenale navale di Amburgo, il 13 giugno 1936.

La fotografia divenne nota solo nel 1991, quando fu ritrovata tra la documentazione della *Gestapo* e pubblicata dalla rivista *Die Zeit*. Tutt'oggi è una delle pochissime testimonianze visive di oppositori del regime nazista e per questo icona intramontabile di resistenza.

Sarebbe ingenuo considerare l'azione individuale, per quanto "eroica" possa sembrare, efficace di per se stessa nel costruire dei presupposti di sollevazione organizzata. Noam Chomsky, figura di spicco del panorama accademico contro-culturale mondiale e fervente critico teorico della comunicazione contemporanea, in tal proposito, nel libro-intervista ***Due ore di lucidità,*** dice due cose importanti: *"L'arte della propaganda consiste nel dare alla gente la sensazione di essere impotente, isolata, tagliata via dagli altri."* e che *"Spesso la gente sa benissimo come vanno le cose, eppure non si ribella... Non è il fatto di non sapere che impedisce una rivolta popolare. Non si ribella perché costa troppo. Chi prende l'iniziativa di cambiare l'ordine delle cose rischia di pagarlo carissimo... Questi sono motivi per non ribellarsi ben più profondi della propaganda."*

Suona un po' deprimente rispetto a quanto abbiamo detto poco fa, ma in soccorso alla nostra tesi vale la pena raccontare una storia emblematica, che ci da modo di spiegarci meglio e di arrivare ad uno dei punti salienti del viaggio che abbiamo intrapreso assieme.

Rosa Parks su un autobus a Montgomery (USA) nel 1956

Il primo dicembre 1955 Rosa Parks rifiuta di cedere il proprio posto ad un passeggero bianco, su un autobus a Montgomery (Alabama, USA). Il gesto, nel contesto della segregazione razziale, le costò l'incarcerazione. Jo Ann Robinson con il supporto del giovane Martin Luther King e degli altri leader del Movimento per i Diritti Civili della zona, stamparono e diffusero migliaia di volantini per invitare la comunità a boicottare i mezzi pubblici di Montgomery. La protesta, che durò 381 giorni e si allargò in numerosi altri centri del paese, è considerata (forse più oltre oceano che negli Stati Uniti) il motivo per cui la segregazione razziale venne dichiarata incostituzionale dalla Corte Suprema e di conseguenza abolita in Alabama, inaugurando il percorso che portò al *Civil Rights Act* e al *Voting Rights Act*, consacrando la Parks ad icona universale dei diritti civili e dei movimenti di disobbedienza non-violenta.

Ma questa storia è falsa.

O meglio, è innegabile che il suo gesto contribuì alla crescita di consapevolezza della comunità afroamericana del tempo, ma è solo grazie alla moltiplicazione delle pratiche e alle connessioni preesistenti tra le organizzazioni, nonché l'utilizzo strumentale della vicenda e della sua figura, che il cammino abolizionista accelerò il passo. A volerla dire tutta, Rosa Parks non è stata la prima a compiere questo gesto. Nove mesi prima, l'allora quindicenne **Claudette Colvin** si trovò seduta accanto a Ruth Hamilton, incita, proprio nella stessa cittadina di Montgomery. Senza scendere nei dettagli minuziosi dell'accaduto, la Colvin, che frequentava una scuola segregazionista e già politicamente molto attiva, si oppose con una veemenza decisamente diversa della pacata Parks alla richiesta di cedere il proprio posto. Ma non si limitò a farsi arrestare. Quello che cambiò veramente il corso della storia (almeno legislativa) fu la coraggiosa scelta della Colvin, insieme ad Aurelia Browder, Susie McDonald, Mary Louise Smith e Jeanette Reese, di mettersi d'accordo e costituirsi parte offesa per gli abusi e le discriminazioni subite sugli autobus che, da

Girl, 15, Guilty In Bus Seat Case

MONTGOMERY, Ala. — A 15-year-old girl who refused to move to the rear of a city bus was found guilty in Juvenile court here last Friday on charges of assault and battery, disorderly conduct and with violating a city ordinance which makes it "unlawful for any passenger to refuse or fail to take those seats assigned to the race which it belongs."

The girl, Claudette Colvin, was declared a ward of the state and placed on probation pending good behavior

bus with a Negro woman when a group of white persons boarded the bus. Cleere said he asked both the girl and the woman to move to the rear. He said the woman

Put On Indefinite Probation

Negro Girl Found Guilty Of Segregation Violation

A 15-year-old Negro girl was placed on indefinite probation by

looking high school student, accepted the court's ruling with the

Alcuni ritagli di giornale sull'arresto di Claudette Colvin, il 3 marzo 1955, giorno successivo del gesto

A destra, Claudette nel 1953

legge, applicavano la segregazione. È proprio il loro caso giudiziario, conosciuto come "***Browder contro Gayle***", portato avanti dagli avvocati Fred Gray, Edgar Nixon e Cilifford Durr, che lasciò il segno nel 1956.

A questo punto verrebbe da chiedersi come mai nella memoria collettiva il nome che abbiamo in testa sia quello di Rosa Parks e non quello di Claudette Colvin, delle altre quattro donne o dei loro avvocati... Le speculazioni, teorie e controversie a tal proposito non mancano e potrebbe pure essere interessante fare qualche riflessione in merito, ma crediamo che le parole espresse in un'intervista del 2013 dalla Colvin siano più che sufficienti: "*Non credo che ci sia spazio per molte altre icone. Penso che la storia abbia spazio solo per alcune, quante icone puoi selezionare? Quindi, credo che la maggior parte degli storici dice che Colombo ha scoperto l'America, ed era già popolata. Ma non si può dire che Colombo abbia scoperto l'America; dovrebbero dire, per gli europei, la loro scoperta del nuovo mondo.*" In breve, come disse in un'altra occasione (il saggio *Claudette Colvin: Twice Toward Justice* di Phillip Hoose): "***Mia madre mi ha detto di stare tranquilla per quello***

The Other Rosa Parks: Now 73, Claudette Colvin Was First to Refuse Giving Up Seat on Montgomery Bus, su Democracy Now!, 29 marzo 2013

(dal minuto 25 del video)

che ho fatto. [...] Mi ha detto: lascia che Rosa sia l'unica: le persone bianche non si preoccupano di Rosa, piace a loro."

La figura di Rosa Parks era più vendibile al pubblico bianco "progressista"? Claudette Colvin era una pericolosa sovversiva dai trascorsi ambigui che danneggiava l'immagine del Movimento per i Diritti Civili? Lasciamo alla tua curiosità e sensibilità provare a rispondere alle domande che questa vicenda apre.

Riallacciandoci a quanto stavamo dicendo, il racconto di questo episodio ci da il pretesto per affrontare un paio di punti di rilievo: ogni azione, piccola o grande che sia, si carica di potenziale successivamente il suo svolgimento, a partire dalla narrazione che ne viene fatta. E il secondo: ogni azione caricata di valore narrativo va a contribuire enormemente alla costruzione di un panorama di senso, un immaginario, che deve andare oltre la mera testimonianza di ciò che è accaduto "per davvero" e oltrepassare la seducente tentazione di autocelebrarsi.

Sul primo punto, con il rischio di scadere nella banalità, vogliamo specificare il carattere partigiano che comporta la scelta di raccontare i fatti in un certo modo e in modo parallelo di scegliere quale tipo di narrazione ci interessa.

Facciamo un piccolo esempio: il 29 luglio 1900 Umberto I, Re d'Italia, viene assassinato a Monza. Questo è il racconto più sterile possibile di un fatto. Ovviamente lo stesso fatto può essere raccontato in modi molto differenti tra loro, con ipotesi e congetture che di volta in volta sostengono e alimentano versioni diverse. Sappiamo chi è stato e quali erano le sue motivazioni: Gaetano Bresci pianta 3 pallottole in corpo al re "*perché è responsabile di tutte le vittime pallide e sanguinanti del sistema che lui rappresenta e fa difendere.*" Riferendosi al massacro di civili a Milano nel 1898 ad opera dei Carabinieri guidati da Bava Beccaris e alla sanguinaria repressione durante gli stati d'assedio della Sicilia emanati per decreto

Monza, 29 luglio 1900, litografia di Fabio Costantini, 1964

reale. Subito dopo il regicidio, Bresci sottolineò la morale inequivocabile del suo gesto: *"Io non ho ucciso Umberto. Io ho ucciso il Re. Ho ucciso un principio."* Se non avessimo queste precise dichiarazioni dell'anarchico, le nostre possibilità di interpretare l'assassinio al di fuori degli schemi del "gesto di un pazzo" o di chissà quale assurdo complotto internazionale si ridurrebbero molto. Questa complessità ci da modo di porci delle domande, di riflettere su degli aspetti della vicenda che vanno ben oltre le figure di Bresci o del Re, ma toccano delle corde che hanno a che fare con la nostra sensibilità, che ci chiamano a distanza di più di un secolo a domandarci qual è il prezzo della giustizia, ci chiamano a scegliere da quale parte della storia vogliamo stare, interrogandoci sulle conseguenze di quei gesti. Succede la stessa cosa quando trattiamo di altri argomenti e della loro narrazione pubblica: raptus di gelosia o femminicidio? Gli israeliani vengono assassinati e i palestinesi muoiono, oppure no? Non c'è lavoro o non ci vogliono pagare come si deve? Gli esempi si sprecano.

Questo riguarda i fatti quando ci vengono esposti, non quando siamo noi artefici dell'accadimento. La polarizzazione delle opinioni e delle percezioni di fronte agli accadimenti è una questione che ci riguarda da vicino e ci chiama incessantemente, ma

nell'ottica di questa pubblicazione risulta fuorviante. È il secondo punto che ci deve spingere a ragionare con più attenzione su come raccontiamo e leggiamo ciò ci circonda, ma soprattutto ciò che facciamo. Succede di frequente, nel tentativo di amplificare la portata mobilitativa dei nostri percorsi, che l'efficacia e il successo delle nostre azioni vengano pompate, anche a dismisura, o ancor peggio che veri e propri atti di aggressione, per quanto insignificanti sul piano "militare", vengano poi raccontati in chiave vittimistica, come a cercare forzatamente un qualche tipo di solidarietà.

Questo atteggiamento, dal punto di vista comunicativo, non solo è inefficace, ma è spiccatamente controproducente e riproduce un modello di partecipazione politica più interessato al mantenimento del proprio status quo che all'effettiva trasformazione di una situazione.

Nell'ottica di quello che per noi è il compito della comunicazione politica, dobbiamo prenderci la responsabilità di trascrivere gli avvenimenti di cui abbiamo la responsabilità diretta cercando di restituire tutta la complessità del caso, tenendo sempre a mente la direzione che vogliamo dare al nostro fare politica. Dobbiamo sforzarci di testimoniare le nostre prospettive e motivazioni evidenziando gli aspetti problematici di quanto accaduto, mantenendo il focus principalmente sul nostro operato; banalmente perché è l'unico che abbiamo la possibilità di modificare nel caso fosse necessario.

Non è un compito affatto semplice, perché si corre sempre il rischio di scivolare nella critica fine a se stessa impantanando gli aspetti procedurali in discussioni infinite. Se l'ultraperformatività è lo standard minimo d'impegno esatto (nel senso di esigere) dalla società in ogni suo aspetto, strapparci la possibilità di commettere errori, analizzarli con prospettive diverse e utilizzarli per essere uno strumento di crescita collettiva è al centro di tutta l'attività politica che si vuole dare come realmente trasformativa, se non

addirittura rivoluzionaria. Rinunciare a questo difficile sentimento di intima responsabilità vuol dire rinunciare a crescere.

Nel 1874, in un contesto storico di grande incertezza, di crisi valoriale e di una prepotente trasformazione sociale e tecnologica (suona familiare?), Nietzsche pubblicava la *Seconda inattuale* ossia *Sull'utilità e il danno della storia per la vita.* Un'opera, non particolarmente riuscita a dirla tutta, che si inserisce in un filone "sentimentale" che appartiene a chiunque senta quelle pulsioni trasformative dettate da bisogni drastici, nella quale troviamo espresse delle riflessioni come "*noi abbiamo bisogno di storia, ma ne abbiamo bisogno in modo diverso da come ne ha bisogno l'ozioso raffinato nel giardino del sapere, sebbene costui guardi sdegnosamente alle nostre dure e sgraziate occorrenze e necessità. Ossia ne abbiamo bisogno per la vita e per l'azione, non per il comodo ritirarci dalla vita e dall'azione, o addirittura per l'abbellimento della vita egoistica e dell'azione vile e cattiva.* ***Solo in quanto la storia serva la vita, vogliamo servire la storia."*** o "*Se l'uomo che vuole creare qualcosa di grande ha bisogno davvero del passato, così se ne impadronisce mediante la storia monumentale; chi, al contrario, preferisce continuare nell'abitudine e in ciò che è onorato dai tempi antichi, si cura del passato come uno storico antiquario; e solo colui al quale una preoccupazione del presente opprime il petto e che vuole ad ogni costo scrollarsi di dosso il peso ha la necessità della storia critica, cioè giudicante e condannante."*

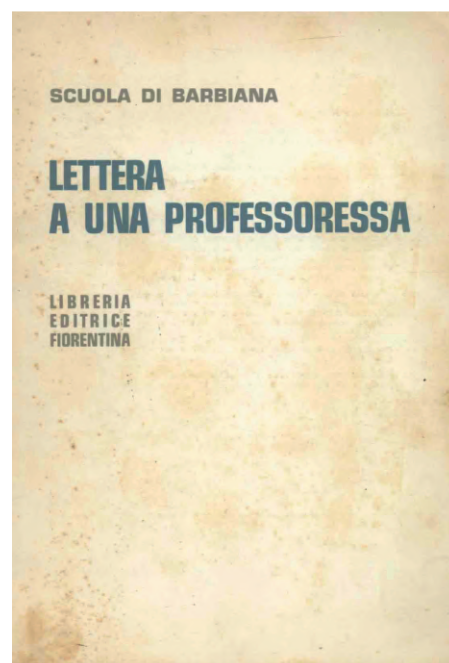
Karl Marx, una ventina di anni prima scriveva, in *Il 18 brumaio di Luigi Bonaparte*, "*Le rivoluzioni proletarie (...) criticano continuamente se stesse; interrompono ad ogni istante il loro proprio corso; ritornano su ciò che già sembrava cosa compiuta per ricominciare daccapo, si fanno beffe in modo spietato e senza riguardi delle mezze misure, delle debolezze e delle miserie dei loro primi tentativi."*

Il rapporto con la storia, la sua produzione e critica, anche negli avvenimenti a noi più prossimi, è uno stimolo imprescindibile che davvero ci avvicina e serra le nostre fila, al netto di riuscire a darci degli strumenti efficaci di confronto e di conflitto interno calibrati sulla possibilità reale di dissentire e di collaborare nonostante le divergenze e le diversità.

Un buon modo per incentivare lo sviluppo di crescita "interna" è la produzione di documenti.

SCRIVI QUELLO CHE PENSI

cercando di mantenere una sincerità analitica che possa esporre tanto le criticità quanto le possibilità di crescita. Togliti dalla testa l'idea di dover convincere o far piacere a tutti i costi le tue riflessioni, ma usale come grimaldello per innescare dialoghi e azioni che tengano conto anche di quello che potresti aver tralasciato, sottovalutato o frainteso.

Ogni impresa, se trascritta come celebrazione di gesta o vicissitudini, privata delle contraddizioni, ambiguità o fallimenti, corre sempre il rischio di trasformarsi in uno strumento estetico e anti-politico che torna comodo solo a chi prima o poi tenterà di utilizzarlo per tirare acqua al proprio personalissimo mulino. Sottrarsi alla tentazione di raccontarsi

Due pubblicazioni, entrambe del 1967, che ***hanno fatto scuola*** e contribuito a cambiare per sempre il volto del nostro paese, in due modi un po' diversi ...

trionfalmente, addentrandosi nella spiacevolezza delle proprie mancanze e sviste, sottolineando il "prezzo" dei propri successi o le *botte di culo* di certe situazioni, oltre che essere un atto di onestà rispetto ad un cammino che dobbiamo raccontare in tutta la sua durezza, ci può dare modo di avvicinare le persone che nonostante la sofferenza, sono disposte a mettersi anche dalla parte della sconfitta.

La storia è uno strumento potente, perché pregno di insegnamenti costruiti sugli errori e sulle sfortune di chi ci ha preceduto, è un ingranaggio collettivo che beve sangue, lacrime e sudore che troppo volentieri produce orrori e non meraviglie. Va raccontata nella sua complessità non perché quei gesti vadano ripetuti (o evitati) ottusamente, ripercorrendo le gesta eroiche dei propri personalissimi santi e crociate, ma perché la storia del mondo è la storia di chi si ribella, e la storia di chi si ribella è stracolma di ingegno e creatività, di passione e di desiderio, di vita e di vite che collegano epoche e luoghi lontani che intrecciano le trame e le cospirazioni di chi la storia ha scelto di volerla vivere in prima persona plurale.

Questo sentimento, che ha molto di spirituale e poco di scientifico, lo abbiamo ritrovato in un testo di Walter Benjamin, declinato in un'ottica molto pratica di cui abbiamo più volte ammirato l'efficacia.

L'autore de ***L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica***, testo caposaldo degli studi di estetica e sui mass media, lasciò come ultimo testo completo le ***Tesi sul concetto di storia***, un opera densa e ostica da masticare che tra le varie elucubrazioni fa affiorare in realtà un concetto molto molto nitido: La storia è "*un cumolo di rovine*", un susseguirsi di vicende che dobbiamo ricominciare a leggere dalla parte "*dei vinti di sempre*" e delle loro sconfitte continue, per cui "*articolare il passato non significa conoscerlo come propriamente è stato, significa impadronirsi di un ricordo come esso balena nell'istante di un pericolo*",

dobbiamo *"spazzolare la storia contropelo"* cioè usarla al fine di aprire un ventaglio di possibilità per far irrompere il futuro nel presente. Benjamin su questo ci lascia anche un ottimo consiglio su come usare la storia:

"riattivare un'immagine del passato, proiettandola nel futuro, significa concretamente utilizzarla per modificare il presente, per rivoluzionarlo e, contemporaneamente, redimere il fallimento di tutte le rivoluzioni precedenti e del sacrificio degli sconfitti."

A fare da ponte tra queste riflessioni che tendono sempre ad apparire troppo filosofiche e poco pratiche è l'immaginazione, una capacità che un po' in tutto il libro abbiamo sottolineato come sotto un assedio incessante. L'immaginazione ci offre lo spazio dove far incontrare e misurare l'eterogeneità delle nostre aspirazioni e necessità, in un colloquio teso e costante tra *ciò che è* e *ciò che vorremmo che sia*. Paul Ricœur, il filosofo che ha coniato la locuzione *maestri del sospetto* riferendosi a Marx, Nietzsche e Freud, si è spaccato non poco la testa ragionando sul tema, arrivando a definirne la funzione come di cerniera e di mediazione tra il " io voglio" e il " io posso", uno spazio del pensiero che diventa ***"una potenza militante al servizio di un senso diffuso del futuro tramite il quale noi anticipiamo il reale a venire".***

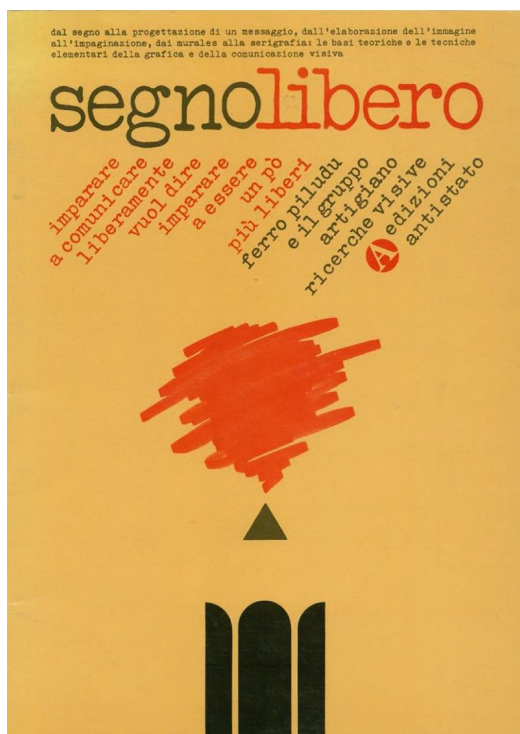
Questi stimoli trovano concretezza nella produzione di segni e simboli, nonché di linguaggi, che nel loro insieme possono diventare la segnaletica in grado di condurci verso i nostri orizzonti di liberazione. Non solo, nel riuscire a caricarli di quel portato storico di cui parlava Benjamin, ci fanno da indicatori, ma anche da bastone. La sfida che ci tocca affrontare è quella di riuscire a far comprendere al maggior numero di persone possibile che quei sentieri sono praticabili nonostante le insidie (illusorie e non).

In alto, il tricolore italiano utilizzato dalle formazioni partigiane delle Brigate Garibaldi durante la Resistenza al nazi-fascismo.

Sotto la bandiera del Nuovo Comitato di Liberazione Nazionale (NCLN)

Segno libero, di Ferro Piludu e il gruppo artigiano ricerche visive, Edizioni Antistato, aprile 1981.

Il testo unisce gli aspetti teorici della costruzione e della scomposizione dei messaggi a quelli pratici della loro riproduzione con tecniche a basso costo e fatte in casa. Un *must*, come si suol dire.

Segno libero, di Ferro Piludu e il gruppo artigiano ricerche visive, Edizioni Antistato, aprile 1981.

La narrativa, cioè la produzione di "letture" a proposito di fatti e vicende realmente accadute o totalmente di finzione, contribuisce molto a quel processo di significazione e sviluppa, a secondo degli interessi di chi la dirige, veri e propri modelli comportamentali che si riflettono nella quotidianità. Il soffitto di cristallo che ci troviamo a dover fronteggiare quando vogliamo proporre e incentivare un certo tipo di azione, diciamo sconveniente per il sistema dominante, poggia le proprie fondamenta esattamente sulla narrativa che ci viene fornita da chi ci opprime. La reputazione, nostra e del sistema, diventa il dispositivo narrativo con cui un'organizzazione, ma anche le aziende, costruiscono il proprio margine di guadagno, di stabilità e di mobilitazione. Il marchio, diventa lo strumento di sintesi delle associazioni mentali che facciamo quando pensiamo ad un soggetto X. Una sorta di cartolina mentale piuttosto vaga nella sua complessità, ma molto specifica nelle sue conseguenze comportamentali, a cui attribuiamo valori (positivi o negativi) derivati esattamente dal tipo di immagine che ci compare in testa quando percepiamo elementi visivi e non correlati al soggetto in questione.

La semiotica è la disciplina che studia i segni e il modo in cui questi assumono un senso. Con segno si intende, in modo generale, qualcosa che rinvia a qualcos'altro (reale o immaginario) e la semiotica è lo studio di come questo avviene. Parlando di politica e non di segnaletica stradale, diventa subito evidente che proprio sul significato dei segni e dei simboli, come sulle parole d'altronde, si gioca una partita decisiva che riguarda la cultura individuale e collettiva e il loro incontro-scontro.

Parlando di segni e significazione ti consigliamo il libro-cacciavite **SEGNO LIBERO** di Ferro Piludu e il Gruppo artigiano ricerche visive (pubblicato da Elèuthera nel 2016, la prima edizione è del 1981) se vuoi addentrarti in medias res nella questione, se vuoi farti del male invece c'è il *Trattato di semiotica generale* di Umberto Eco.

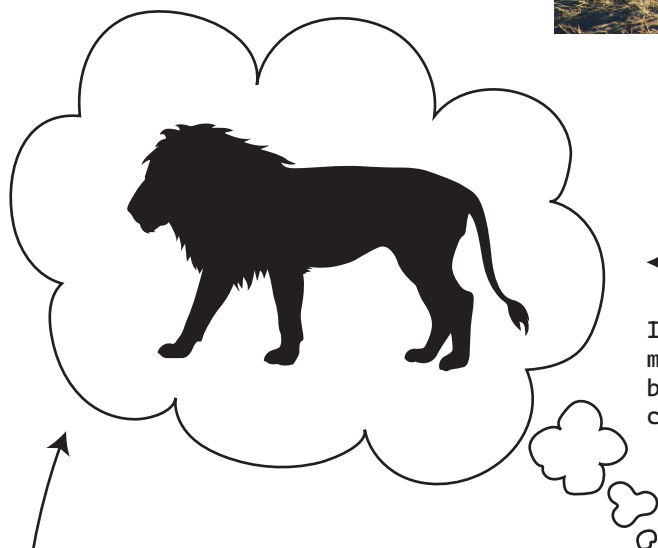
Immagina un leone.
Questo è l'**OGGETTO**

Suono registrato del ruggito del leone

LEONE

Parola italiana che significa leone

Fotografia del leone

questi sono alcuni **segni** che possono rappresentare l'**oggetto** leone (cioè il leone vero)

questa è l'**IMMAGINE MENTALE**, cioè quello che dovrebbe venire in mente ad una persona vedendo o ascoltando uno dei **SEGNI**

Il leone vero (l'oggetto) è sua volta un segno, ma è un **SEGNO NATURALE**, perciò non avremmo bisogno di altri segni per comunicare il concetto di leone, se lo potessimo far vedere.

C'è da dire che agli umani piace un sacco associare valori e **ATTRIBUTI ARTIFICIALI** pure ai segni naturali alimentando e costruendo relazioni particolari con l'oggetto (che di solito ne paga le conseguenze) il quale ne diventa, assieme ai suoi segni, **SIGNIFICANTE** cioè una forma che rinvia a quegli attributi

Leone = Re
Leone = Forza
Leone = Impero

AFRICA IN LOTTA

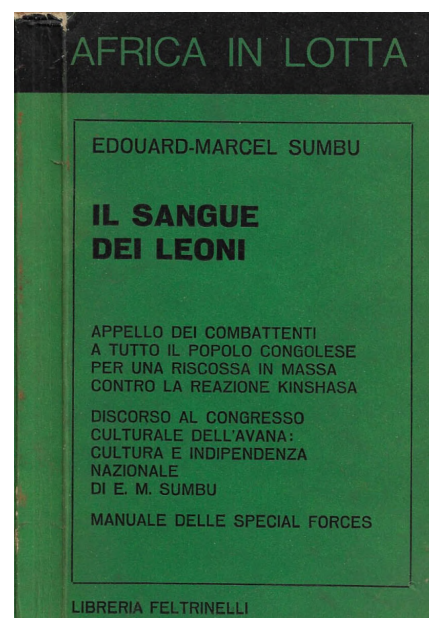
EDOUARD-MARCEL SUMBU

IL SANGUE DEI LEONI

APPELLO DEI COMBATTENTI A TUTTO IL POPOLO CONGOLESE PER UNA RISCOSSA IN MASSA CONTRO LA REAZIONE KINSHASA

DISCORSO AL CONGRESSO CULTURALE DELL'AVANA: CULTURA E INDIPENDENZA NAZIONALE DI E. M. SUMBU

MANUALE DELLE SPECIAL FORCES

LIBRERIA FELTRINELLI

L'**oggetto** in questione può essere anche un'idea o un concetto **astratto o immaginario**

L'oggetto è l'idea di democrazia

Registrazione dell'Inno d'Europa di Beethoven

INNO ALLA GIOIA

Parola italiana che significa democrazia

DEMOCRAZIA

Fotografia del parlamento italiano

questa è l'**IMMAGINE MENTALE**, cioè quello che dovrebbe venire in mente ad una persona vedendo o ascoltando uno dei **SEGNI**

DEMOCRAZIA

Se l'oggetto è astratto o immaginario, **IL SUO SEGNO NATURALE NON ESISTE**, perciò l'immagine mentale viene costruita esclusivamente sulla produzione di segni e la loro associazione

Le idee per gli umani sono molto importanti, perché fanno da fontamento alle sue azioni, per questo motivo l'associazione tra i segni e il loro portato valoriale diventa una preoccupazione significativa per chiunque voglia proporre un'idea. Naturalmente se ci sono delle idee che contrastano l'una con l'altra, la partita verrà giocata sulla capacità di **SOVRAPPORRE ATTIBUTI EMOTIVI ED ESTETICI** tanto alla propria idea quanto a quella avversaria.

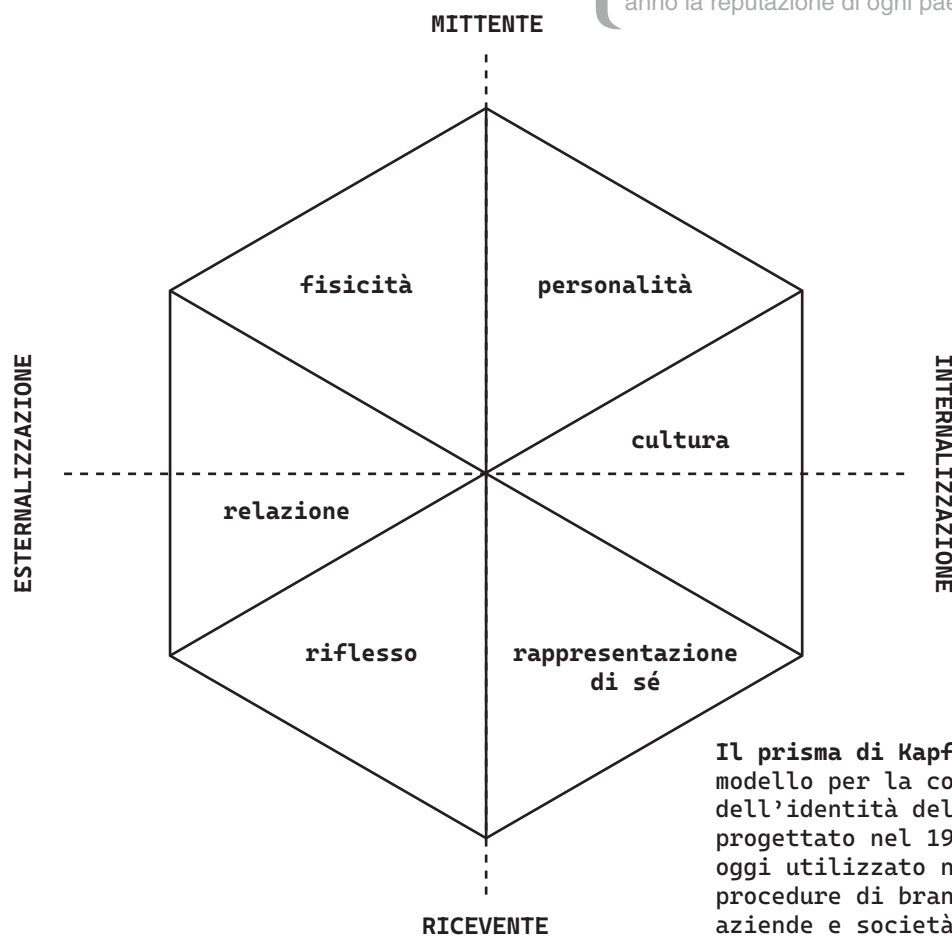
MASS MEDIA

DEMOCRAZIA = pace, collaborazione, libertà, migliore forma di governo ...

ANARCHIA = violenza, caos, disordine ...

Ecco perché **IL RUOLO DEI MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA E IL LORO POSSESSO DIVENTA CRUCIALE**

Come abbiamo visto all'inizio del libro, il modello comunicativo della propaganda utilizza la scrittura (nel senso più ampio del termine) con il fine di legittimare l'azione e l'esistenza dei sistemi di dominio. L'arte, la letteratura, le notizie, le teorie scientifiche e filosofiche vengono declinate in forme progettate per ammaliare e coinvolgere tramite un processo di estetizzazione, cioè la riduzione della complessità ai canoni del "bello", "puro"," vero", "buono", "giusto" in senso assoluto e totalizzate, da contrapporre ai loro opposti dicotomici da eliminare. Potrebbe sembrare una cosa un po' novecentesca, eppure questi concetti assolutistici continuano ad alimentare le stesse identiche strategie di costruzione del consenso di sempre. Nel gergo pubblicitario questa operazione è chiamata *branding* (brand = marchio), cioè la progettazione o modifica degli aspetti immaginifici, cioè le immagini mentali, che devono essere associati al marchio (nel nostro caso, marchio può voler dire anche idea o proposta) al fine di renderlo appetibile, accettabile e condivisibile.

Lo fanno anche gli stati-nazione per attirare capitale estero, esiste un vero e proprio ***nation brands index*** che misura di anno in anno la reputazione di ogni paese. .

Il prisma di Kapferer è un modello per la costruzione dell'identità del marchio progettato nel 1966 e ancora oggi utilizzato nelle procedure di branding di aziende e società.

La giustapposizione, cioè l'accostamento degli elementi, dei canoni estetici a quelli morali struttura, come operazione sufficientemente ripetuta e mascherata, contemporaneamente il nostro gusto (nel senso di ciò che ci piace e riteniamo "giusto") e la nostra abitudine all'informazione, quindi la stereotipizzazione del comportamento al ripresentarsi di qui segni. La produzione e la riproduzione di senso di un messaggio avviene tramite una procedura di ordinamento di segni che segue delle gerarchie percettive in cui la forma visiva (cioè legato al senso della vista) domina gli altri. Questo ordinamento coinvolge moltissimi aspetti diversi che si stratificano uno sopra l'altro in una dinamica che presa ai minimi termini potrebbe sembrare molto didascalica, di commento, ma che nell'articolazione di ogni segno e del dialogo tra più segni, anche "semplici", può comporre messaggi molto complessi e sottili.

La Trahison des Images,in italiano "il tradimento delle immagini", di Renè Magritte, 1929

Inevitabilmente la possibilità che il messaggio che vogliamo far passare arrivi a destinazione mantenendo il senso per cui lo intendiamo è strettamente legata all'immagine mentale che ogni segno attiva nella mente di chi lo riceve; non è assolutamente detto che coincida con quella di chi lo manda.

È proprio su questa ambiguità che si combatte la battaglia più saliente delle nostre ambizioni comunicative e politiche: il segno diventa lo spazio di manovra delle nostre idee e la loro applicazione, per questo conteso e combattuto senza esclusione di colpi.

Non illudiamoci di credere che produrre neologismi o nuovi sfavillanti loghi pregni di ragionamento possa bastare nel guadagnare terreno: ogni segno una volta fuoriuscito dai circoli privati e introdotto nel dibattito pubblico è alla mercé di chiunque, ma lo scontro per il monopolio del suo significato non è ad armi pari e non ha regole. Ci sono molti modi per affrontare questo scontro, anche molto scorretti (*non che esista un codice d'onore eh*), uno su tutti è il ***ratfucking***, una strategia diventata nota a seguito delle indagini sullo Scandalo Watergate (1972-1974) pubblicate nel libro inchiesta *"All the president's men"* dei giornalisti Carl Bernstein e Bob Woodward.

Il ratfucking è una pratica di sabotaggio ed infiltrazione tesa a screditare di solito un partito o un candidato, utilizzando una molteplicità di trucchi per far fare figuracce al bersaglio al fine di fargli perdere consensi o distogliere l'attenzione dai nostri guai. Si può declinare in scherzi dal gusto situazionista ai danni dell'immagine pubblica di un soggetto, come comprare tutti i biglietti di un convegno e poi non presentarsi, ma anche assumere declinazioni decisamente più inquietanti con vere e proprie infiltrazioni di persone nelle organizzazioni rivali o operazioni "*false flag*". Più comunemente, è facile vede l'applicazione della *Legge di Truman* per la quale: ***"Se non puoi convincerli, confondili"***. Le fake news svolgono esattamente questo ruolo. Complotti e cospirazioni ipotetiche si mescolano in un campo di indeterminazione sufficientemente ingarbugliato da rendere qualsiasi ipotesi e proposta accettabile, proposte però che si confrontano con la capacità di mobilitazione di chi si trova a sguazzare, se non organizzare, nel contesto di confusione. È un vecchio trucco della propaganda: si crea un problema *in vitro*, una situazione prevista per causare una serie di

reazioni da parte del "pubblico", per fare in modo che sia questo il mandante delle misure che si desiderano far accettare.

Sulle pagine dell'**Aginter Presse**, un organo di propaganda e vera e propria rete di reclutamento e organizzazione neofascista collegata ad ***operazioni stay behind*** della NATO (come ***Gladio***), compare nel 1968 l'articolo ***notre action politique*** scritto da Yves Guillou, sotto lo pseudonimo di Guérin-Sérac, che recita così:*"Crediamo che la prima parte della nostra azione politica debba essere quella di incoraggiare l'instaurazione del caos in tutte le strutture del regime. È necessario iniziare a minare l'economia dello Stato per creare confusione attorno all'apparato legale. […] Ciò porterà ad una situazione di grande tensione politica e di timore nel mondo industriale, di antipatia verso il governo e verso tutti i partiti: in questa prospettiva dovrebbe essere pronto un organismo efficace, capace di raccogliere attorno a sé gli scontenti di tutte le classi sociali: una grande massa per fare la nostra rivoluzione. […] A nostro avviso, la prima azione che dobbiamo lanciare è la distruzione dell'apparato statale sotto la copertura dell'azione dei comunisti e dei filo-cinesi. Noi invece ci siamo già infiltrati in tutti questi gruppi; su di essi ovviamente porteremo la nostra azione: propaganda e azioni forti da parte dei nostri avversari comunisti e pressioni sugli individui che centralizzano il potere a tutti i livelli. Ciò creerà un sentimento di antipatia verso coloro che minacciano la pace di ogni individuo e della nazione; dall'altro peserà sull'economia nazionale.»*

Proprio come in uno scenario bellico, le strategie comunicative sono pressoché infinite, ma nel tenere a mente prima di tutto la nostra condizione di svantaggio, gli ordini di grandezza a cui facciamo riferimento quando parliamo di queste potrebbero sembrarci inattuabili prima ancora che disdicevoli. Il **LUTHER BLISSETT PROJECT** ha dimostrato il contrario. Il *terrorista cognitivo, sabotatore del senso e guastatore cronico*, nome multiplo e pseudonimo collettivo di un'imprecisata quantità di persone, attive principalmente tra il 1994 e il dicembre 1999, ha trovato nella "reputazione aperta" lo strumento per una guerriglia psicologia in grado di "portare il panico nei santuari del potere", insinuando anticorpi nel sistema "info-fognario" di falsificazioni e menzogne che le società avanzate edificano per mantenere ed estendere il proprio controllo. Come? Con un intuizione tanto semplice quanto ingegnosa: chiunque si riconosca in Luther Blissett può essere ed usare il nome Luther Blissett. Tra pubblicazioni, scherzi, radio pirata, incursioni, satanismo, procurati allarmi, concerti, spettacoli teatrali, TAZ, imitazioni, calunnie, denunce verso ignoti e chissà quante altre trovate, c'è una "sua" opera che in particolare spicca più di altre e che, anche se è finita un po' nel dimenticatoio, ha segnato in modo rilevante l'immaginario movimentista dei primi anni 2000 i cui strascichi riecheggiano in luoghi e

contesti improbabili tuttora. Stiamo parlando del libro ***Q***. Un romanzo che vale assolutamente la pena di leggere - non tanto per il contenuto narrativo in sé comunque molto avvincente - perché la storia ambientata nella metà di 1500, ad una lettura attenta diventa, un vero e proprio manuale di comunicazione guerriglia, in cui i nuovi mezzi di comunicazione, le fake news, i complotti e il loro utilizzo diventano motore della Storia. La trasposizione cinquecentesca delle pratiche di Luther è stata anche il primo libro pubblicato nella formulazione copyleft o di anticopyright, la cui efficacia si può rintracciare anche nelle curiose somiglianze con il fenomeno cospirazionista contemporaneo per eccellenza: QAnon. In ogni caso, il Luther Blissett Project è riuscito a dimostrare, con il proprio esempio ed eredità, che è possibile esercitare conflitto efficacemente, anche in contesti di forte ricatto sociale o svantaggio materiale, avvalendosi degli strumenti della comunicazione e della guerriglia psicologica dal basso.

Manifesto realizzato dalla “colonna” romana del Luther Blissett Project per il loro programma su Radio Città Futura (1995-1997)

Blissett in azione nel 1997

Se vuoi approfondire gli antecedenti di Q, ci sono il sito *www.lutherblissett.net* e i due libri che ne fanno sommariamente da architrave teorico e pratico: ***Totò, Peppino e la guerra psichica*** e ***Mind Invaders. Come fottere i media: manuale di guerriglia e sabotaggio culturale.***

Il caso Blissett però ci ricorda una cosa essenziale per il nostro breve viaggio nella comunicazione politica: è nella continuità, nel mantenersi in movimento, mutando quando necessario, che le idee strabordano dallo spazio dell'impossibile. Riallacciandoci a quanto stavamo dicendo a proposito di segni, significati e significanti, se la tua intenzione è quella di operare uno spostamento o un allargamento della finestra di Overton, dovrai trovare il modo di mantenere alta l'attenzione sulle tue proposte e renderle condivisibili; tenendo bene a mente che dall'altro lato della barricata non dormono mai e che non c'è uno spinotto da poter staccare ai mass media (oppure si?). Il modello comunicativo dei sistemi dominanti funziona molto sulla

ripetitività di messaggi relativamente semplici, con caratteristiche estetiche nitide ed inequivocabili, amplificate e ripetute dai mezzi di comunicazione che posseggono o a cui hanno accesso. Dal canto nostro, avendo un accesso decisamente limitato a queste risorse, sarebbe una grossa perdita di tempo approcciarci alla contesa del senso utilizzando questa strategia, il loro volume (di fuoco) è infinitamente superiore.

Il soffitto di cristallo che ci troviamo a dover fronteggiare, quando vogliamo proporre il suo sfondamento, è sorretto proprio da tutte quelle cartoline mentali che lo rendono inavvicinabile, costruite prima di tutto sulla distorsione programmatica dei nostri concetti.

E quindi, che fare?

Sul piano pratico, invece che spaccarci la testa cercando di imporre un egemonia culturale che vorrebbe coincidenti i segni con i significati che NOI attribuiamo ad essi - cosa distopica già di per sé, ma per di più irrealizzabile senza l'esproprio dei mezzi di comunicazione di massa – possiamo spostare la messa a fuoco dalle nostre immagini mentali e concentrarci su quelle interiorizzate da chi vogliamo coinvolgere. In sintesi, declinare la nostra forma comunicativa adeguandola al linguaggio e all'immaginario di chi abbiamo di fronte o accanto. Chiaramente non c'è sempre margine d'azione, è piuttosto improbabile che da un giorno all'altro, pur parlando una lingua comprensibile, si riesca a convincere un sionista del fatto che i palestinesi siano esseri umani pure loro, giusto per fare un esempio eclatante. Alcune persone ed organizzazioni sono nostre nemiche e come tali devono essere considerate, è paradossale, ma come si suole dire *non c'è peggior sordo di chi non vuole sentire*, serve veramente a poco provare a mettersi nei loro panni. Comprendere qual è il limite per cui una persona è in grado innanzitutto di comprendere ciò che vuoi dire e magari pure aggregarsi oppure per niente è molto difficile.

Prendendo lo spunto da un altro proverbio

dobbiamo dire che nella logica della comunicazione politica **un libro si giudica dalla copertina**, è l'abitudine a sovrapporre i giudizi morali a quelli estetici di cui parlavamo qualche pagina addietro che ce lo fa affermare con certezza. Pretendere che possa o debba esistere un'universalità di senso tale per cui un segno, o una prossimità di più segni, voglia dire esattamente la stessa identica cosa per chiunque lo percepisca è un idea pericolosa e assolutamente antitetica ai propositi di autodeterminazione individuale e collettiva. È anche vero però che esistono codici, linguaggi e grammatiche condivise da comunità molto ampie, il che permette la strutturazione di messaggi complessi in grado di arrivare più o meno integri a destinazione a moltissime persone diverse.

Iron fists. Branding the 20th century totalitarian state. di Steven Heller, Phaidon ed. 2008

Il volume esamina le strategie messe in atto da Hitler, Stalin, Mussolini e Mao per persuadere l'opinione pubblica e infiltrarsi nella vita collettiva, mediante l'uso della comunicazione visiva.

Nella concezione emancipatrice e pedagogica che abbiamo voluto contrapporre a quella della retorica, la parola chiave che da una svolta decisiva alla nostra *lunga marcia* comunicativa è l'**accessibilità**.

Fare in modo che il tuo contenuto sia comprensibile in modo uguale a prescindere dalle sovrastrutture culturali di ciascuna persona significa adeguare la forma del messaggio che vuoi far passare al contesto nel quale lo vuoi trasmettere, su un livello che è innanzitutto di **leggibilità**. Nel caso della produzione visiva esistono delle convenzioni, come la teoria del colore, la psicologia delle forme o la regola dei due terzi e la sezione aurea, la cui combinazione armonica o disarmonica va a comporre gerarchie di senso in grado di facilitare la comprensione di testi complessi o caricarli di attributi emotivi capaci di rafforzare, ampliare o sovvertire del tutto il senso del messaggio.

Facciamo un paio di esempi, immagina di essere per strada e leggere una scritta su un muro che dice:

LE DONNE HANNO ORIZZONTI LIMITATI

A seconda della tua sensibilità, potresti interpretare l'assertività della frase come un insulto...

Un manifesto dei Collettivi Femministi italiani dei primi anni ‘70

Quasi per magia, la stessa identica frase accompagnata dalla fotografia di una donna con in testa una pentola che le copre gli occhi, assume una profondità di senso molto più specifica. Ancora una volta a seconda della tua sensibilità potresti sentirti partecipe al tipo di riflessione proposta da questa provocazione, ma se per ipotesi fossi una persona che speriamo tu non sia, potresti reagire dicendo: nessuna donna se ne va a spasso con una pentola in testa – quindi non è vero che hanno orizzonti limitati – chi ha prodotto questa grafica è in malafede (perché ha costruito forzatamente un immagine inverosimile) o cose di questo tipo. Se la grafica in questione fosse accompagnata da un rimando ad un'organizzazione, il tuo interesse o considerazioni a riguardo verrebbero sovrapposte all'organizzazione stessa che, a seconda del coinvolgimento emotivo che hai provato ti porterebbero ad agire in un certo modo, tipo ad avvicinarti al collettivo in questione o qualora fosse un museo, andare a vedere la mostra che raccoglie questo tipo di espressioni e tematiche.

Il clima emotivo, sostenuto dalla selezione e dal montaggio dei segni, cavallo di troia del senso, deve fare i conti tanto con le cartoline mentali che associamo culturalmente ai segni e ai simboli, quanto con la possibilità individuale di leggere e comprendere un dato testo: neurodiversità, neurodivergenze, disturbi, patologie e via dicendo sono aspetti che se sommati al crescente analfabetismo

funzionale rendono il comunicare un'attività densa di sfide. Nonostante questo, la progettazione della forma si attesta anche di fronte a queste difficoltà come grimaldello della comunicazione.

Il Bionic **Rea**ding **è u**n **partic**olare **sist**ema **d**i **visualiz**zazione **d**el **tes**to, **ide**ato **d**a **Ren**ato **Cas**utt, **c**he **cons**iste **n**ell'**evidenz**iazione (**tra**mite **gras**setto) **del**le **pri**me **let**tere **c**he **compon**gono **cias**cuna **par**ola **al fi**ne **d**i "**aggi**rare" **alc**uni **de**gli **osta**coli **c**he **l**e **pers**one **c**on **disl**essia **o prob**lemi **leg**ati **a**ll'**att**enzione **vis**uo-**spaz**iale **s**i **trov**ano **a dov**er **affro**ntare **dur**ante **l**a **let**tura. **Ci**ò **c**he **avv**iene **qua**ndo **u**n **lett**ore (**disl**essico **o me**no) **si tro**va **d**i **fro**nte **a**d **u**n **tes**to, **inf**atti, **è u**n **compl**esso **proc**esso **d**i **decod**ifica **d**ei **simb**oli **c**he **compon**gono **cias**cuna **par**ola, **assoc**iazione **de**lla **sing**ola **par**ola **al s**uo **pos**sibile **signi**ficato **e** i**nterpr**etazione **d**el **sen**so **gen**erale **de**lla **fra**se. **Ovvia**mente, **n**el **ca**so **d**i **pers**one **c**on **disl**essia, **que**sto **proc**esso **risu**lta **anc**ora **p**iù **compl**esso **e pie**no **di osta**coli, **c**he **pos**sono **pe**rò **ess**ere **rido**tti **e minim**izzati **gra**zie **a**d **alc**uni **accorg**imenti **riguar**danti **l**o **sti**le **grafi**co **d**el **tes**to, **co**me **pref**erire **l'u**so **d**i **fon**t **san**s **ser**if (**e**s: **Helv**etica, **Ar**ial, **Cal**ibri) **a**i **ser**if (**e**s: **Tim**es **N**ew **Rom**an, **Baske**rville).

Da questo punto di vista, il potenziale della comunicazione si sviluppa attorno alla tua abilità di comprendere quali aspetti formali privilegiare nella strutturazione del tuo messaggio: a seconda della priorità che hanno determinate informazioni o concetti, rispetto ai tuoi interessi, dovrai utilizzare la lingua appropriata. Più eterogenea sarà la composizione del pubblico a cui vuoi arrivare più numerose dovranno essere le declinazioni specifiche che dovrai dare al tuo messaggio, mantenendone ovviamente il senso originale. In modo analogo, a seconda del mezzo di comunicazione dovrai confrontarti con i

problemi relativi ai limiti e alle possibilità d'espressione insite in ogni mezzo. Aprirai un profilo su ogni social network esistente? Passerai ogni notte a scrivere sui muri della tua città? Fonderai un giornale? Distribuirai volantini ogni qual volta uscirai di casa? Girerai un documentario? Scriverai un libro? Parlerai di rivoluzione ad ogni aperitivo? Ogni domenica raccoglierai delle firme di fronte la chiesa? Organizzerai cortei nel cuore della notte per svegliare tutto il quartiere? Occuperai la tua scuola durante le feste natalizie per dimostrare che ti importa più dell'istruzione che delle vacanze? Ti incatenerai ad un palo e farai lo sciopero della fame? Sgonfierai le ruote di tutti i suv che ti capiteranno a tiro? Tutte queste cose insieme?

Prescindendo dalla complessità del tuo messaggio, ti renderai di certo conto che la quantità di tempo, energie e risorse necessarie per riuscire a farlo comprendere a pieno anche solo da una persona è decisamente diversa da quella a tua disposizione. Lo sforzo che sei in grado di sostenere rispetto al risultato che vuoi ottenere deve essere il calibro con cui progettare la tua azione e la bussola con la quale orientare la tua strategia, ma la validità del metodo che avrai scelto non si può misurare in termini quantitativi, contando le teste che annuiscono alle tue riflessioni o spuntando le caselle degli obiettivi raggiunti. Ciò che differenzia il tipo di comunicazione che abbiamo provato a proporti in queste pagine dagli approcci del marketing e delle propaganda non è segnata dalle differenze economiche o di potere che ci separano, ma dalla qualità del pensiero che vogliamo incentivare e che sappiamo essere necessario per confrontarci con l'ingiustizia e l'oppressione con fermezza avendo la postura di chi non vuole sostituire il colore della bandiera che sventola in cima ai palazzi con la propria.

Quello della Liberazione è un cammino che non possiamo promettere né breve né gratificante, privo di dolore e tanto meno di cui possiamo presupporre una conclusione

Democrazia è il fucile in spalla agli operai, celebre slogan di Potere Operaio su un muro di Milano nel 1972. La fotografia è di Uliano Lucas.

definitiva. Il suo cammino comincia con un rifiuto categorico che emerge violentemente dentro di noi urlando, anche silenziosamente, ***ora basta!*** È un fatto personale, che si traduce in una ricerca anch'essa personale del perché questo avviene, che dobbiamo indagare ed ascoltare rintracciando ciò che ci accomuna a chi abbiamo accanto. Nello svelamento delle illusioni, che ci vogliono ogni volta del tutto colpevoli o del tutto non-responsabili di ciò che (ci) avviene, e nella definizione di una nostra verità, praticata con dedizione e anche con l'onestà della sconvenienza, possiamo accedere ad un primo livello di potere quanto meno sulla nostra persona. Strappandoci dalla testa l'idea che la nostra sofferenza sia irrimediabilmente individuale, che non abbia delle origini organiche alla società a cui partecipiamo, che invece sia quasi sempre correlata ad essa, ecco che la collettivizzazione diventa l'unica prospettiva di evasione e un codice morale l'unica legge che valga la pena considerare. Cooperare diventa sinonimo di praticare obiettivi comuni nella complicità delle differenze, sforzarsi di saggiare costantemente i limiti delle nostre abitudini e delle nostre personalissime verità:

POTERE OPERAIO

Anno III - N. 45 - Dicembre 1971 - Mensile - Sapere Edizioni

DEMOCRAZIA È IL FUCILE IN SPALLA AGLI OPERAI

Le linee difensive, i fronti democratici non servono ai proletari. Le conquiste operaie di questi anni si difendono solo se il movimento è capace di rilanciare l'offensiva, e di conquistare il terreno della lotta insurrezionale.
Nella fase attuale - nella crisi capitalistica - compito di un'organizzazione comunista rivoluzionaria è spingere il movimento verso questo sbocco insurrezionale.
L'unico modo proletario di occuparsi degli affari dello Stato è la lotta rivoluzionaria per la conquista del potere politico. L'unico modo rivoluzionario di fare politica è la lotta contro lo Stato.

Copertina della rivista Potere Operaio, dicembre 1971

scavalcare la dimensione personale del potere, vuol prestare attenzione a non innamorarsene.

Per noi il potere è una necessità fondante della libertà, di cui dobbiamo rivendicare la responsabilità integrale comprendendone le ambiguità e la pericolosità, anche e soprattutto nella sottrazione di quel potere a chi lo esercita irresponsabilmente e ci fa credere di non averne diritto. In questo senso, non c'è tecnologia, tecnica, strumento, segno, mezzo o metodo che ci possa aiutare, possono sicuramente diventarne veicoli, ma non ci faranno mai accedere ad una dimensione di emancipazione se non accettiamo prima di ogni altra cosa che è nel rigetto della delega, nella mutua fiducia, nella partigianeria critica e nell'immaginazione praticata diffusamente che si può infrangere il soffitto di cristallo che ci soffoca.

Concludendo il nostro viaggio insieme, riconoscendo che non saranno mai le tastiere o le penne a scrivere le riforme che attendiamo e che leggere un'infinità di libri di teoria senza imparare ad applicarle nella vita reale ci rende al massimo degli scaffali, vogliamo condividere con te una riflessione della nostra Subcomandante Marta:

Care Teste Rosse,

RESISTERE È INUTILE

O meglio, è un atteggiamento fondamentale per sopravvivere ai grandi momenti di difficoltà, ma alla lunga è deleterio.

Limitarsi a resistere alle intemperie, cercando a tutti i costi di custodire le proprie parti più preziose, non è una strategia vincente, al contrario, avvelena la mente e il cuore, specialmente quando il tesoro da custodire è la propria coscienza. Non tanto perché si diventi per forza malvagie, ma perché si incancrenisce lentamente dentro un'idea di realtà che è tremendamente conservatrice, si viene accecate dall'idea che la trasformazione del mondo in qualcosa di meglio sia impossibile e quindi bisogna trincerarsi, alzare muri, nascondersi, migrare se si può.

Ma questo va bene per un po', quando si ha la certezza che i soccorsi siano in arrivo, quando la speranza del soccorso è più forte del desiderio della resa o della convinzione di poter fare qualcosa.

C'è qualcosa di vergognosamente cattolico in tutto questo. Di passivo, di inerte, come la venuta di un messia, una fede cieca e immobile in un liberatore.

Ma noi non siamo così, o meglio non dovremmo esserlo e dovremmo sempre essere attente a diventarlo, ma è fuori dubbio che sia più comodo.

Ma come può esserci una vera liberazione *dal male* e dalla possibilità che si ripresenti, se si preferisce rinunciare ad immaginare qualcosa di diverso e ad agire per fare che si realizzi?

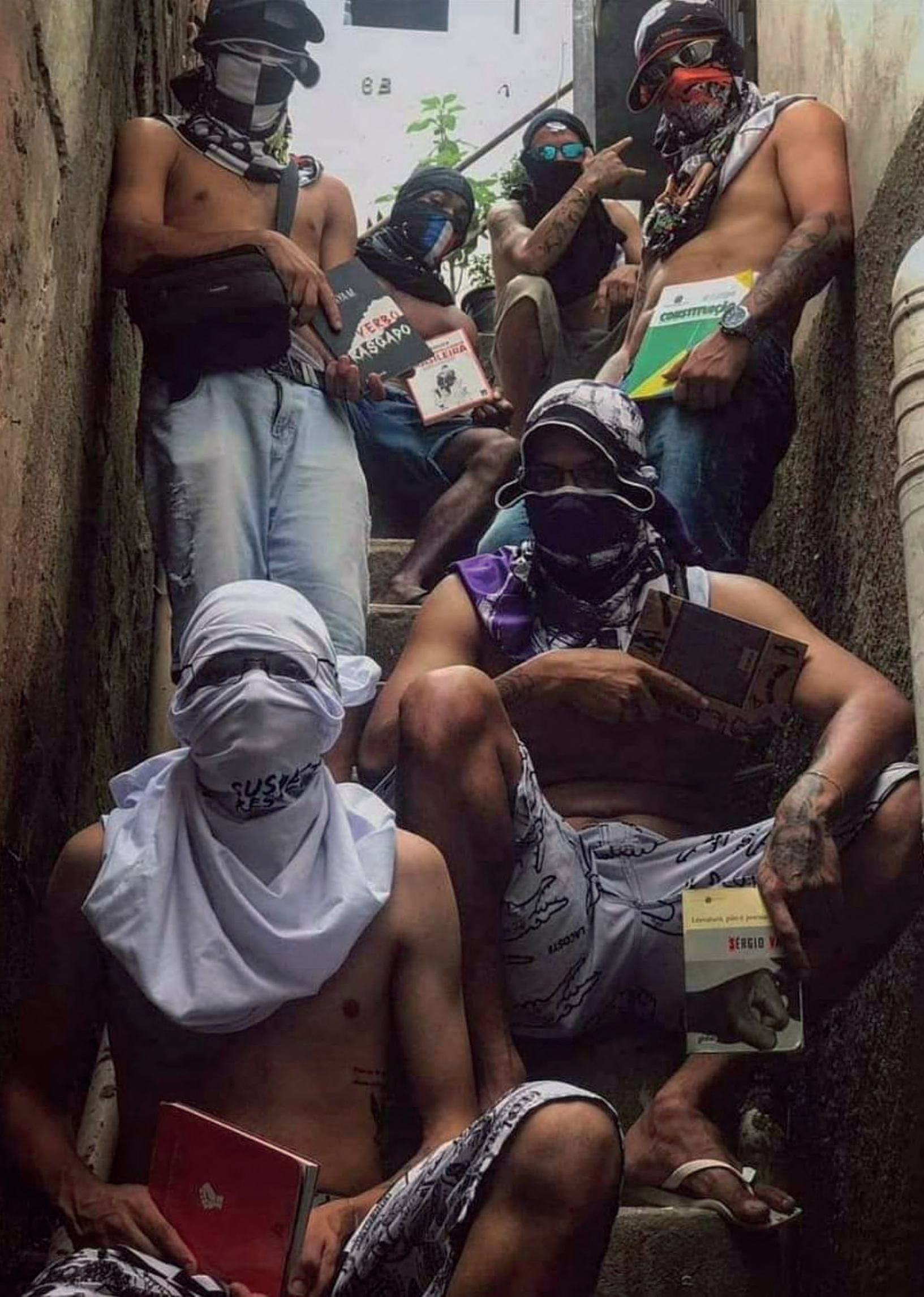
Chiunque è in grado di vedere il male che ci assedia, o almeno che ci assedia personalmente, cioè che è difficile è trovare e condividere un piano che possa per lo meno spezzarlo.

Ed è qui che ingegno e creatività intervengono al servizio del desiderio, in cui la fantasia si fa tagliente e pericolosa, capace di cucire gli esperimenti e i tentativi ribelli di ogni angolo del globo, di trasmetterne e confrontarne gli insegnamenti di ogni epoca e proiettarli nel futuro.

Perché gli esempi ci sono, le possibilità si creano, i momenti si cercano, ma nessuna di queste cose è sufficiente per smettere di resistere e basta e passare all'azione, ciò che ci fa rischiare il tutto e per tutto, anche la nostra vita e ancora di più i nostri privilegi, è e sarà sempre un grande e personalissimo perché.

E quando il nostro grande perché trova il fianco degli altri grandi perché, ecco che l'immobilità diventa una postura troppo scomoda da mantenere e l'orgoglio si cambia in desiderio, le sconfitte in determinazione e il pianto in lacrime di piombo.

Perciò chiediti perché combatti,
il resto verrà da sé.

RASGADO
SÉRGIO

la cultura serve a non servire!

più che una bibliografia, dove affondare la legittimità delle citazioni e dei riferimenti che abbiamo scelto di usare, un piccolo piano di studi per entrare a gamba tesa nella realtà. L'ordine è semplicemente alfabetico, i ☠ ne indicano la difficoltà di comprensione.

Black Capitalism Re-Analyzed. Di Huey P. Newton, pubblicato in The Panther Intercommunal News ServiceVol VI n.19, 1971 (ING) ☠

Guida perversa all'ideologia. Di Sophie Fiennes con Slavoj Žižek, 2012, 134 min. (film documentario) ☠☠☠

La fabbrica del consenso. La politica e i mass media. Di Noam Chomsky e Edward S. Herman, 1988 ☠☠☠

La legge di Murphy e altri motivi per cui le cose vanno a rovescio. Di Arthur Bloch, 1977

La società dello spettacolo. Di Guy Debord, 1967. ☠☠☠

La spirale del silenzio. Per una teoria dell'opinione pubblica. Di Elisabeth Noelle-Neumann, 1980 ☠☠☠

L'arte della guerra. Di Sun Tzu, VI-V secolo A.C. ☠

L'ingenuità della rete, il lato oscuro della libertà di internet. Di Evgeny Morozov, trad. di Marilena Renda e Fjodor Ardizzoia, Codice editore, 2011 ☠☠☠

L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. Di Walter Benjamin, 1935/39 ☠☠☠☠

No Logo. Di Naomi Klein, 1999 ☠☠

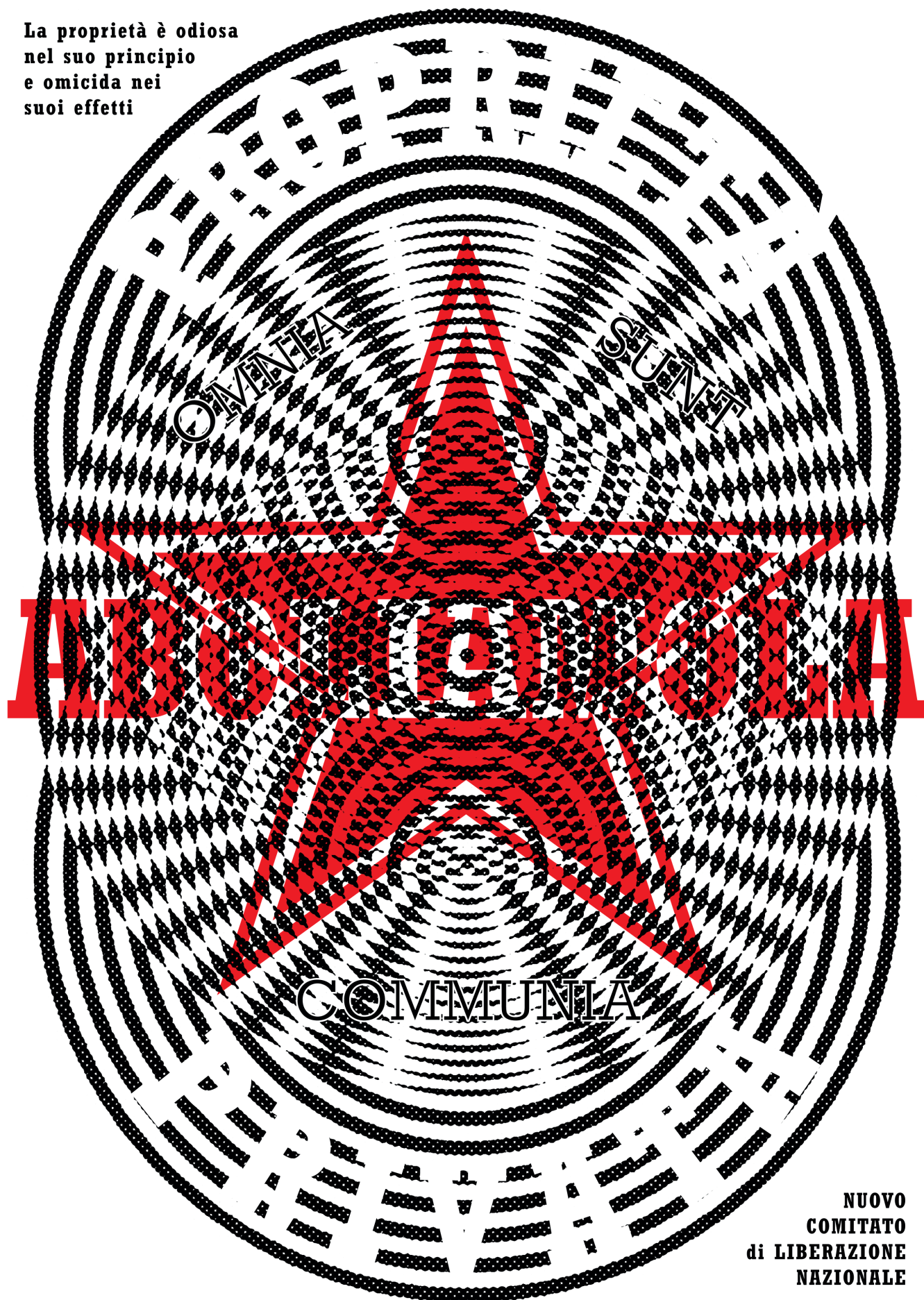
Q. Di Luther Blissett, Giulio Einaudi editore, 1999 ☠

Quinto Potere (Network). Di Sidney Lumet, con Peter Finch, Faye Dunaway e William Holden, 1976, 121 min. (film) ☠

Realismo Capitalista. Di Mark Fisher, trad. di Valerio Mattioli, Nero Editions, 2018 ☠☠

Scienza Politica. Di Maurizio Cotta, Donatella Della Porta, Leonardo Morlino, Il Mulino, 2017 ☠☠

Segno Libero. Di Ferro Piludu e il gruppo artigiano ricerche visive, curato da Stefano Vittori con un saggio critico di Riccardo Falcinelli, Elèuthera, 2016 ☠

La proprietà è odiosa
nel suo principio
e omicida nei
suoi effetti
OMNIA SUNT
COMMUNIA
NUOVO
COMITATO
di LIBERAZIONE
NAZIONALE

Umuntu ngumuntu ngabantu

è un proverbio Zulu, in lingua bantu, che significa "una persona è una persona attraverso le altre persone" o, più comunemente, "io sono perché noi siamo" ed è il concetto che fa da fondamento alla filosofia UBUNTU. La parola "ubuntu" è composta dalla radice "ntu", comune a "bantu", che significa "persona"; il prefisso "ubu", invece, dà l'idea di una condizione in divenire, suggerendo un significato più ampio di "trasformazione in/ divenire una persona". Un processo dunque continuo, dove l'individuo si trasforma in persona attraverso i legami con la comunità, l'ambiente circostante e il loro rapporto in movimento. Cooperazione e corresponsabilità sono le parole chiave che fanno da cardine a questo approccio non solo alla risoluzione dei conflitti, ma anche ad una visione profonda di progresso diametralmente opposta alla visione occidentale ed eurocentrica che ci appartiene. Lungi da noi appropriarcene in modo scriteriato e acritico, rivendendoci prima di tutto negli schemi e nelle sovrastrutture coloniali da cui vogliamo liberarci, questa concezione dalle innumerevoli interpretazioni, ci ha dato modo di approfondire ulteriormente il nostro rapporto con la proprietà e il possesso, nel caso di questo libro, della conoscenza e delle sue dinamiche sociali.

Il bisogno di riaffermare con una certa urgenza l'attualità della soppressione della proprietà privata e le sue logiche, ci ha spinto a sfidare i canoni e le regole che dominano (anche) la produzione culturale, di cui ribadiamo l'importanza, e la sua diffusione. Abbiamo deciso che la via migliore per praticare questa strada fosse quella di non cedere ai ricatti dell'editoria, del diritto d'autore o delle formule legalitarie, preferendo l'autoproduzione e la libera distribuzione.

Parallelamente a quanto appena detto, vogliamo sottolineare il carattere partecipativo con cui è stato redatto questo libro, sia sul piano contenutistico, sviluppato grazie a tutti quei piccoli e grandi incontri - scontri che hanno costellato la nostra esperienza e l'hanno formata, sia sul piano della realizzazione materiale. La minima restituzione che vogliamo dare a questa straordinaria opportunità non è solo quella del ringraziamento, ma è un riconoscimento che abbiamo sentito il dovere di considerare nella scrittura di ogni singola parola. Questo libro è dedicato a tutte le persone che, anche involontariamente, hanno contribuito a questo lavoro lungo 7 mesi. Speriamo che lo possano trovare più utile che bello, augurandoci che possa arrivare il giorno in cui libri di questo genere non servano più.

Ti invitiamo a commentare, criticare, replicare, utilizzare e diffondere qualsiasi cosa tu possa ritenere opportuna o interessante di quanto riportato in questo libro, il libro stesso e ogni altra manifestazione del Nuovo Comitato di Liberazione Nazionale e della Critica Università Della Strada. Ciò che è nostro è anche tuo, ricordandoti però che **le responsabilità sono individuali, ma le conseguenze sono sempre collettive.**

Qualora volessi confrontarti direttamente con noi, chiedere chiarimenti, segnalare errori, insultarci o organizzare un incontro puoi contattarci all'indirizzo criticauniversitadellastrada@gmail.com o tramite le nostre pagine social.

Se la realtà che ti circonda non ti sta più bene
se resta solo rabbia che ti scorre nelle vene
se a quindicianni a scuola ti sentivi in trappola
nasci cresci vivi e muori chiuso in una scatola
se la solitudine diventa sempre più costante
se le risposte sono poche e le domande troppe
se il cuore ti si ferma nel ricordo del passato
ti grava il peso sulle spalle di un mondo sbagliato

EURO 13,12